



M

B10807

28/05/2010 L100074335.01

CASH

MENTION POUR LA PUBLICATION AU MEMORIAL

Nom de la société : **RTL GROUP S.A.**

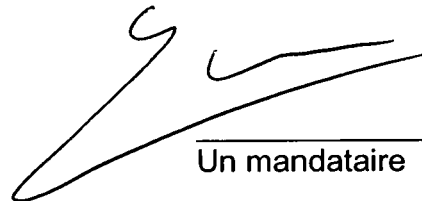
Siège social : **45, boulevard Pierre Frieden
L-1543 Luxembourg**

Registre de commerce : **B 10.807**

Les comptes consolidés au **31 décembre 2009** ont été déposés au Registre de Commerce et des Sociétés de Luxembourg.

Pour mention aux fins de publication au Mémorial, recueil spécial des sociétés et des associations.

Luxembourg, le 28 mai 2010.



Un mandataire



E

B10807

28/05/2010

L100074335.02

CASH



Rapport annuel consolidé

31 décembre 2009



TABLE DES MATIERES

RAPPORT CONSOLIDE DE GESTION	3
DECLARATION DE LA DIRECTION	45
RAPPORT DES REVISEURS D'ENTREPRISES	46
COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE	48
ETAT DE RESULTAT GLOBAL CONSOLIDE	49
ETAT DE LA SITUATION FINANCIERE CONSOLIDEE	50
ETAT DES VARIATIONS DE CAPITAUX PROPRES CONSOLIDES	51
TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDE	53
ANNEXE AUX ETATS FINANCIERS CONSOLIDES	
1. PRINCIPALES METHODES COMPTABLES	54
2. ESTIMATIONS ET JUGEMENTS COMPTABLES	71
3. GESTION DU RISQUE FINANCIER	73
4. SECTEURS OPERATIONNELS	83
5. ACQUISITIONS ET CESSIONS	88
6. COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE	96
7. ETAT DE LA SITUATION FINANCIERE CONSOLIDEE	101
8. ENGAGEMENTS ET EVENTUALITES	125
9. INFORMATION RELATIVE AUX PARTIES LIEES	127
10. PARTICIPATIONS DANS DES JOINT VENTURES	130
11. EVENEMENTS POST-CLOTURE	131
12. RELEVÉ DES SOCIÉTÉS DU GROUPE	132

Le rapport annuel en langue française a été préparé à partir de la version anglaise. En cas de différence d'interprétation entre la version française et la version anglaise, cette dernière prévaut.

Rapport consolidé de gestion

Les administrateurs ont le plaisir de présenter leur rapport aux actionnaires incluant les informations relatives aux activités et à l'évolution du Groupe, ainsi que les états financiers pour l'exercice clos le 31 décembre 2009 et présentés aux pages 48 à 149.

Chiffres clés consolidés

En millions d'euros	2009	2008	Variation en %
Chiffre d'affaires	5 410	5 774	(6,3)
Chiffre d'affaires à périmètre constant¹	5 284	5 711	(7,5)
EBITA²	755	916	(17,6)
Coûts de restructuration	34	32	
Frais de démarrage ³	46	23	
EBITA ajusté	835	971	(14,0)
Marge d'EBITA (%)	14,0	15,9	
Marge d'EBITA ajusté (%)	15,4	16,8	
EBITA	755	916	(17,6)
Pertes de valeur sur goodwill sur acquisitions de filiales et de joint ventures et groupe destiné à être cédé, amortissements et pertes de valeur des ajustements de juste valeur sur acquisitions	(247)	(407)	
Perte sur cession de filiales, joint ventures et autres titres de participation	—	(9)	
Produits d'intérêts, net	10	28	
Impôt sur le résultat	(220)	(232)	
dont :			
Charges d'impôts exigibles	(192)	(195)	
Charges d'impôts différés	(28)	(37)	
Résultat de l'exercice	298	296	+0,7
Attribuable aux:			
- Intérêts minoritaires	93	102	
- Actionnaires de RTL Group	205	194	+5,7
Résultat par action (en euros)	1,33	1,26	
Résultat corrigé par action (en euros)⁴	2,85	3,87	
Dividende par action proposé / payé (en euros)	3,50	3,50	

Evénements significatifs - RTL Group

¹ Tenant compte d'ajustements liés à Alpha Media Group en Grèce, RTL Klub en Hongrie ainsi que d'autres variations de périmètre et à taux de change constants

² L'EBITA correspond au résultat avant intérêts et impôts, à l'exclusion des pertes de valeur sur goodwill sur acquisitions de filiales et de joint ventures et groupe destiné à être cédé, des amortissements et pertes de valeur des ajustements de juste valeur sur acquisitions et du résultat sur cession de filiales, joint ventures et titres de participations

³ Principalement Alpha Media Group en Grèce et les chaînes de télévision numérique au Royaume-Uni

⁴ Le résultat corrigé par action correspond au résultat net de la période, ajusté des pertes de valeur sur goodwill sur acquisitions de filiales et de joint ventures et groupe destiné à être cédé, de la charge d'amortissement des ajustements de juste valeur sur acquisition, du résultat sur cession de filiales, joint ventures et titres de participations, net d'impôt et d'impacts fiscaux non récurrents

- Baisse de 6,3 pour cent du chiffre d'affaires à 5 410 millions d'euros dans un contexte de baisse à deux chiffres de la plupart des marchés publicitaires de la télévision en Europe. Les investissements de RTL Group dans la production de contenu et dans les activités de diversification ont contribué à un meilleur équilibre de la position financière du Groupe.
- Avec un EBITA record de 437 millions d'euros au deuxième semestre (en hausse de 5,6 pour cent par rapport à la même période l'année dernière), l'EBITA sur l'ensemble de l'exercice a atteint 755 millions d'euros (en baisse de 17,6 pour cent) et ce, en dépit de :
 - frais de démarrage plus élevés (46 millions d'euros), principalement dus à la consolidation sur un exercice complet pour la première fois d'Alpha Media Group en Grèce
 - charges non récurrentes importantes, comprenant notamment des coûts de restructuration au Royaume-Uni, en Allemagne et en Grèce d'un montant total de 34 millions d'euros et une réduction de valeur des programmes de Five d'un montant de 22 millions d'euros.
- Une marge d'EBITA robuste à 14,0 pour cent (2008 : 15,9 pour cent) ; les marges d'EBITA des cinq plus importants contributeurs au résultat – à savoir Mediengruppe RTL Deutschland, Groupe M6, FremantleMedia, RTL Nederland et RTL Belgium – sont restées stables ou ont même affiché une hausse.
- Résultat attribuable aux actionnaires de RTL Group en hausse de 5,7 pour cent à 205 millions d'euros en dépit de pertes de valeur sur goodwill sur Five Group au Royaume-Uni et Alpha Media Group en Grèce.
- Flux de trésorerie nets provenant des activités opérationnelles d'un montant de 763 millions d'euros se traduisant par un taux de conversion de l'EBITA en flux de trésorerie de 106 pour cent et une position de trésorerie de 789 millions d'euros à la fin de l'année 2009.
- Proposition de paiement d'un dividende par action de 3,50 euros pour 2009 étant donné la situation financière saine de RTL Group d'une part et qu'il n'y a pas d'acquisition majeure en vue d'autre part (pour 2008 : dividende total de 3,50 euros par action).

Evénements significatifs – Centres de profits

- Depuis le quatrième trimestre de l'année 2008, RTL Group s'est engagé dans une politique volontariste de réduction des coûts en réponse au fort ralentissement des commandes publicitaires. A périmètre constant – en excluant les coûts de restructuration et autres éléments non récurrents – les dépenses d'exploitation ont baissé de 371 millions d'euros par rapport à l'année 2008.
- Malgré les économies importantes réalisées sur les coûts de programmation, les familles de chaînes de RTL Group ont obtenu de meilleures parts d'audience dans la plupart des pays :
 - Allemagne : coûts en baisse de 14 pour cent
Part d'audience en hausse à 34,4 pour cent (+ 1,5 points)
 - France : coûts en baisse de 7 pour cent
Part d'audience en hausse à 21,6 pour cent (+ 0,4 points)
 - Pays-Bas : coûts en baisse de 14 pour cent
Part d'audience en hausse à 32,3 pour cent (+ 1,8 points)
 - Belgique : coûts en baisse de 6 pour cent
Part d'audience en hausse à 38,9 pour cent (+ 2,9 points)
 - Royaume-Uni : coûts en baisse de 19 pour cent
Part d'audience en légère hausse à 6,27 pour cent (+ 0,03 points)

- Mediengruppe RTL Deutschland a accru son fort leadership d'audience par rapport à son principal concurrent ProSiebenSat1 (écart de 4,3 points) et ceci, en grande partie, grâce à l'excellente performance de la chaîne phare RTL Television. A 366 millions d'euros, l'EBITA chute de 11,6 pour cent du fait de revenus publicitaires fortement en baisse.
- Le Groupe M6 a démontré sa capacité de résilience face à la crise économique : son EBITA est resté relativement stable à 195 millions d'euros grâce à une forte baisse des coûts de programmation de la chaîne principale M6 et à une plus forte contribution au bénéfice de ses chaînes numériques et de ses activités de diversification. Le Groupe M6 est la seule famille de chaînes en France à avoir enregistré une hausse de ses audiences.
- FremantleMedia, le pôle de production de RTL Group, a renouvelé sa belle performance de l'exercice précédent en atteignant une nouvelle fois des niveaux record. En dépit d'une pression généralisée sur les marges bénéficiaires, l'EBITA est resté stable à 155 millions d'euros.
- En hausse, l'EBITA de RTL Nederland se monte à 72 millions d'euros grâce à un recentrage sur la gestion des coûts effectué très tôt. La bonne performance en termes d'audience est en grande partie attribuable à la chaîne phare RTL 4 qui a fortement augmenté ses parts d'audience lui permettant, une nouvelle fois encore, de se placer en position de leader incontesté.
- Alpha Media group, récemment acquise, a mis en œuvre un programme complet de restructuration et de réduction des coûts pour faire face à la crise subie par le marché grec. En dépit de ces mesures d'austérité, Alpha TV a enregistré une augmentation importante de sa part d'audience par rapport à l'année dernière, ce qui témoigne de l'efficacité de la nouvelle stratégie de programmation.

Investissements soutenus dans les activités numériques, dans la production de contenu et dans les activités de diversification

- Dans leur ensemble, les plateformes en ligne de RTL Group en Europe comptabilisent plus de 1 milliard de vidéos visionnées diffusant ainsi un contenu produit de manière professionnelle à notre public. Il s'agit là d'une augmentation de 49 pour cent par rapport à 2008.
- Amélioration en continu et développement des plateformes très populaires de télévision de rattrapage :
 - Lancement de Vox Now en Allemagne, de W9 Replay en France et de RTL Most en Hongrie,
 - Le Groupe M6 a complété son offre leader sur le marché avec deux nouveaux services, l'un payant : M6 VOD, service premium complet proposant des films et les meilleures séries à la demande et l'autre gratuit : M6 Bonus, offrant des bêtisiers, des making-ofs et des interviews,
 - M6 Replay et RTL Gemist sont dorénavant également disponibles sur les écrans TV,
 - Une sélection des programmes de M6 Replay et de RTL Now est aussi disponible sur téléphone mobile.
- Début octobre 2009, RTL Nederland a lancé la chaîne thématique RTL Lounge qui s'adresse aux jeunes femmes et leur propose de la fiction néerlandaise et internationale ainsi que des programmes "lifestyle". RTL Lounge est d'ores et déjà en tête des chaînes numériques aux Pays-Bas.
- En février 2009, FremantleMedia a acquis une participation de 75 pour cent dans la société américaine Original Productions qui est à l'origine d'émissions TV à succès telles que *Ice Road Truckers*.

- Extension originale de la marque *Idols*, FremantleMedia a créé *The American Idol Experience*, une attraction au Walt Disney World Resort en Floride, ouverte en février 2009, et dont le concept est basé sur le programme TV.
- Les sociétés de droits audiovisuels Universum Film en Allemagne et SND en France ont toutes deux obtenu des résultats record.

Chiffre d'affaires

Les marchés publicitaires ont évolué dans un contexte extrêmement difficile partout en Europe. L'ensemble des marchés a enregistré une baisse en 2009, la plupart d'entre eux accusant des baisses à deux chiffres par rapport à 2008.

Une synthèse des marchés clés de RTL Group est présentée ci-dessous. Elle reprend les estimations des taux de croissance nets du marché publicitaire, les parts nettes de marché publicitaire et la part d'audience réalisée auprès du principal groupe cible.

	Taux de croissance net du marché publicitaire télévision en 2009 (en %)	Part nette de marché publicitaire 2009 de RTL Group (en %)	Part nette de marché publicitaire 2008 de RTL Group (en %)	Part d'audience de RTL Group dans le principal groupe cible en 2009 (en %)	Part d'audience de RTL Group dans le principal groupe cible en 2008 (en %)
Allemagne	(8,5) ⁵	43,5	46,4	34,4 ⁶	32,9 ⁶
France	(12,0) ⁷	23,4	21,4	21,6 ⁸	21,2 ⁸
Royaume-Uni	(12,5) ⁵	8,4	9,6	6,27 ⁹	6,24 ⁹
Pays-Bas	(10,7) ⁵	39,5	39,0	32,3 ¹⁰	30,5 ¹⁰
Belgique	(3,8) ⁵	72,0	70,2	38,9 ¹¹	36,0 ¹¹
Espagne	(23,2) ¹²	26,0	23,2	17,6 ¹³	17,9 ¹³

Le chiffre d'affaires a baissé de 6,3 pour cent pour atteindre 5 410 millions d'euros (2008 : 5 774 millions d'euros). A périmètre constant, c'est-à-dire après neutralisation de l'impact des mouvements du portefeuille de participations et à taux de change constants, le chiffre d'affaires a baissé de 7,5 pour cent – soit 427 millions d'euros – et s'élève à 5 284 millions d'euros.

⁵ Estimations Industrie, IREP et RTL Group

⁶ Groupe cible : 14-49 ans

⁷ Source : estimations Groupe M6

⁸ Groupe cible : ménagères de moins de 50 ans (y compris chaînes numériques)

⁹ Groupe cible : 16 ans et plus (y compris chaînes numériques)

¹⁰ Groupe cible : consommateurs de 20 à 49 ans, 18-24h

¹¹ Groupe cible : consommateurs de 18-54 ans, 17-23h

¹² Source : Infoadex

¹³ Groupe cible : 16 - 54 ans (y compris chaînes numériques)

EBITA

L'EBITA a enregistré une baisse de 17,6 pour cent et atteint 755 millions d'euros (2008 : 916 millions d'euros), en raison de frais de démarrage plus importants (46 millions d'euros), principalement attribuables à la consolidation sur un exercice complet et pour la première fois d'Alpha Media Group en Grèce. Cette baisse de l'EBITA est également due à des charges non récurrentes importantes, dont des coûts de restructuration, notamment au Royaume-Uni, en Allemagne et en Grèce s'élevant à 34 millions d'euros et une réduction de valeur de programmes de Five d'un montant de 22 millions d'euros.

A périmètre ajusté, après neutralisation de l'effet des coûts de restructuration et des frais de démarrage, l'EBITA a baissé de 14,0 pour cent pour atteindre 835 millions d'euros (2008 : 971 millions d'euros).

En 2009, les dépenses d'exploitation du Groupe ont baissé de 4,4 pour cent à 4 726 millions d'euros, contre 4 941 millions d'euros en 2008. Cette baisse est le résultat des économies importantes réalisées en matière de coûts de programmation. A périmètre constant et après un ajustement qui tient compte des dépenses liées à la restructuration, les coûts ont baissé de 371 millions d'euros, soit une réduction de 7,7 pour cent.

Aperçu par secteurs***Chiffre d'affaires**

En millions d'euros	2009	2008*	Variation en %	Pourcentage du total 2009
Mediengruppe RTL Deutschland	1 732	2 020	(14,3)	32,0
Groupe M6	1 377	1 354	+1,7	25,4
FremantleMedia	1 183	1 203	(1,7)	21,9
RTL Nederland	371	436	(14,9)	6,9
Five Group	303	432	(29,9)	5,6
<i>en devise locale (GBP)</i>	269	341	(21,1)	—
RTL Belgium	203	216	(6,0)	3,8
Radio française	174	189	(7,9)	3,2
Autres secteurs	313	180	+73,9	5,8
Eliminations	(246)	(256)	(3,9)	(4,6)
Chiffre d'affaires	5 410	5 774	(6,3)	100,0

EBITA

En millions d'EUR	2009	2008*	Variation en %	Pourcentage du total 2009
Mediengruppe RTL Deutschland	366	414	(11,6)	48,5
Groupe M6	195	196	(0,5)	25,8
FremantleMedia	155	155	0,0	20,5
RTL Nederland	72	70	+2,9	9,5
Five Group:				
<i>EBITA opérationnel</i>	(10)	2	n.a.	(1,3)
<i>Coûts de restructuration</i>	(9)	(4)	>100,0	(1,2)
<i>Éléments non récurrents</i>	(22)	–	n.a.	(2,9)
RTL Belgium	36	39	(7,7)	4,8
Radio française	15	32	(53,1)	2,0
Autres secteurs	(43)	4	n.a.	(5,7)
Eliminations	–	8	n.a.	0,0
EBITA	755	916	(17,6)	100,0

* La présentation des informations relatives aux centres de profits a été modifiée pour se conformer à IFRS 8 "Secteurs opérationnels"

Mediengruppe RTL Deutschland

En millions d'euros	2009	2008	Variation en %
Chiffre d'affaires	1 732	2 020	(14,3)
EBITA ajusté	374	414	(9,7)
Coûts de restructuration	(8)	—	n.a.
EBITA	366	414	(11,6)

Résultats financiers

En raison du ralentissement sur le marché publicitaire TV en Allemagne (la baisse est estimée à 8,5 pour cent en 2009) et compte tenu des pressions importantes pour obtenir des réductions de prix des spots publicitaires et de la déconsolidation de RTL Shop (vendu en août 2008), le chiffre d'affaires de **Mediengruppe RTL Deutschland** a enregistré une baisse de 14,3 pour cent à 1 732 millions d'euros (2008 : 2 020 millions d'euros).

L'année 2008 avait été exceptionnelle pour Mediengruppe RTL Deutschland qui avait vu sa part nette de marché publicitaire passer à plus de 46 pour cent. On pouvait dès lors s'attendre à ce que ses concurrents regagnent un peu de terrain au cours de l'année 2009. La part nette globale de marché publicitaire (estimée) de Mediengruppe RTL Deutschland (RTL II y compris) a reculé à 43,5 pour cent (2008 : 46,4 pour cent), ce qui correspond à un niveau plus comparable à celui atteint au cours des années 2004 à 2007.

L'EBITA a enregistré une baisse de 11,6 pour cent et atteint 366 millions d'euros (2008 : 414 millions d'euros) sous l'effet du recul important des recettes publicitaires. Cependant, Mediengruppe RTL Deutschland a su réagir rapidement à la crise. Les dépenses d'exploitation des activités principales TV (RTL Television, Vox, N-TV), hors coûts de restructuration, ont été réduites de 189 millions d'euros – soit de 14 pour cent par rapport à l'année dernière – principalement grâce aux économies réalisées sur les coûts de programmation au sein des chaînes RTL Television et Vox. Grâce à ces mesures, le centre de profits a même réussi à augmenter sa marge d'EBITA qui est passée à 21,1 pour cent (2008 : 20,5 pour cent).

Parts d'audience

En dépit d'économies importantes réalisées sur les coûts de programmation, **Mediengruppe RTL Deutschland** a affiché une augmentation sensible de 1,5 points de sa part d'audience moyenne combinée auprès du groupe cible des 14-49 ans. Celle-ci passe ainsi de 32,9 pour cent (2008) à 34,4 pour cent et atteint avec ce chiffre un nouveau niveau record. De ce fait, la famille de chaînes RTL a également conforté sa position de leader sur le marché devant son principal concurrent ProSiebenSat1 (30,1 pour cent) et les chaînes publiques (23,1 pour cent).

Cette évolution positive a été rendue possible surtout grâce au bon comportement de RTL Television, chaîne phare de RTL Group en Allemagne. Pour la dix-septième année consécutive, RTL Television conserve, avec une belle avance, sa position de numéro un auprès des jeunes téléspectateurs. Avec une part d'audience de 16,9 pour cent (2008 : 15,7 pour cent) auprès de son principal groupe cible, RTL Television a enregistré, au cours de l'exercice, la plus forte progression parmi l'ensemble des chaînes et affiche ici son meilleur résultat depuis 2003.

RTL Television devance de 5 points la chaîne commerciale numéro deux, ProSieben (11,9 pour cent) et de 6,1 points la chaîne commerciale numéro trois Sat 1 (10,8 pour cent).

En 2009, 78 des 100 émissions les plus regardées ont été diffusées par RTL Television (groupe cible des 14-49 ans). En termes d'audience totale, la rencontre de boxe entre Vitali Klitschko et Kevin Johnson diffusée le 12 décembre 2009 a été le programme de RTL Television le plus regardé de l'année, rassemblant un total de 11,18 millions de téléspectateurs.

RTL Television a lancé avec succès des nouveaux formats dans tous les genres de programmes, dont de nouvelles émissions telles que *5 gegen Jauch*, de nouvelles séries telles que *Lasko - Die Faust Gottes* et de nouvelles émissions comiques telles que *Willkommen bei Mario Barth*. Au cours du second semestre, la chaîne a également lancé une nouvelle grille pour l'après-midi constituée de séries documentaires scénarisées qui ont permis à la chaîne de faire passer sa part d'audience auprès des téléspectateurs de 14 à 49 ans de 12,4 pour cent (du 1^{er} janvier au 30 août) à 21,9 pour cent (du 31 août au 17 décembre) entre 14h et 17h.

RTL Television a rencontré un succès particulier en prime-time (de 20h15 à 23h15) grâce aux émissions de divertissement, aux documentaires et aux séries américaines qui ont permis à la chaîne d'être leader sur presque toutes les cases horaires. Dans l'ensemble, la chaîne a atteint une part d'audience moyenne de 18,6 pour cent en prime-time auprès du groupe cible des 14-49 ans, soit un gain de 1,0 point d'une année sur l'autre. Là encore, c'est la plus forte hausse enregistrée par une chaîne de télévision.

En janvier 2009, la quatrième saison de l'émission divertissement dans la jungle *Ich bin ein Star - Holt mich hier raus!* (Je suis une célébrité...sortez-moi de là!) a enregistré une part d'audience moyenne de 34,4 pour cent auprès des jeunes téléspectateurs, soit une progression de 2,7 points par rapport à l'année dernière. La sixième saison de *Deutschland sucht den Superstar* (Nouvelle Star), diffusée de janvier à mai 2009, a elle aussi connu les faveurs du public. En effet, l'émission a enregistré une part d'audience moyenne de 30,6 pour cent auprès des téléspectateurs âgés de 14 à 49 ans, contre 29,5 pour cent en 2008. La troisième saison de *Das Supertalent* (Incroyable Talent) a réalisé les meilleurs résultats de son histoire avec une part d'audience moyenne de 33,2 pour cent (2008 : 27,9 pour cent).

RTL Television a une nouvelle fois diffusé les séries américaines les plus appréciées du public. Citons notamment *Dr. House* (part d'audience moyenne auprès des 14-49 ans : 24,2 pour cent), et *CSI: Miami* (part d'audience moyenne auprès des 14-49 ans : 22,2 pour cent). Les docu-réalités tels que *Bauer sucht Frau* (L'amour est dans le pré), *Raus aus den Schulden* et *Rach, der Restauranttester* (Cauchemar en cuisine) se sont également très bien comportés en prime-time.

Le journal télévisé principal de RTL Television, *RTL Aktuell*, fait une nouvelle fois mieux que ses concurrents auprès des jeunes téléspectateurs avec une part d'audience moyenne de 20,5 pour cent. De plus, *RTL Aktuell* a obtenu une part d'audience totale (18,9 pour cent) supérieure à celle des principaux journaux télévisés diffusés par les chaînes publiques Das Erste et ZDF.

La part d'audience de *Vox* auprès du groupe cible des 14-49 ans est restée stable à 7,5 pour cent permettant ainsi à la chaîne de conserver une large avance sur les principales chaînes publiques Das Erste (6,6 pour cent) et ZDF (6,3 pour cent).

Malgré une intensification de la concurrence sur l'accès prime-time, Vox a continué à rassembler un large public sur cette case horaire grâce à ses programmes culinaires diffusés tous les jours, du lundi au vendredi, tels que *Das Perfekte Dinner* (Un dîner presque parfait – part d'audience moyenne auprès des 14-49 ans : 10,3 pour cent) et *Unter Volldampf* (part d'audience moyenne auprès des 14-49 ans : 8,0 pour cent). Depuis mars 2009, la série documentaire quotidienne *Mieten, kaufen, wohnen* – qui suit le parcours de personnes à la recherche d'un logement – a augmenté ses parts d'audience sur la case horaire de 18h à 19h, permettant à Vox d'attirer de nombreux téléspectateurs sur la case horaire suivante, à savoir l'accès prime-time.

Les séries américaines de qualité ont continué à être la clé du succès rencontré par Vox en prime-time. Outre les séries préférées du public au succès confirmé telles que *CSI : NY*, *Law & Order : Criminal Intent*, *Boston Legal* et *Crossing Jordan*, Vox a procédé au lancement réussi de nouvelles séries telles que *Life* (part d'audience moyenne auprès des 14-49 ans : 10,5 pour cent) et *Burn Notice* (part d'audience moyenne auprès des 14-49 ans : 10,7 pour cent).

Les films à gros budget diffusés par Vox ont été particulièrement appréciés du public en 2009. Ainsi, *Harry Potter and the Philosopher's Stone* a rassemblé 19,3 pour cent des téléspectateurs âgés de 14 à 49 ans, tandis que *Transporter – The Mission* et *Ice Age* ont réalisé respectivement des scores de 18,5 et 18,2 pour cent auprès de cette même tranche d'âge. Depuis le début de la nouvelle saison en septembre 2009, Vox enregistre les jeudis soirs (entre 20h et 1h du matin) une part d'audience moyenne de 11,1 pour cent auprès des jeunes téléspectateurs grâce à sa belle programmation cinématographique, ce qui lui permet de conserver une légère avance sur Sat 1, son principal concurrent commercial (11,0 pour cent).

Au cours de l'année 2009, RTL II a enregistré une part d'audience moyenne de 6,2 pour cent auprès du groupe cible des 14-49 ans, en légère augmentation par rapport aux 6,1 pour cent de 2008. La grille des programmes de la chaîne est principalement composée de docu-réalités tels que *Frauentausch*, *Zuhause im Glück* et *Die Kochprofis*, complété par des films et des séries de science-fiction en prime-time, sans oublier la neuvième saison de l'émission de télé-réalité culte *Big Brother*, diffusée en accès prime-time.

En prime-time, RTL II a procédé au lancement réussi de la nouvelle émission de relooking *Extrem schön* (part d'audience moyenne auprès des 14-49 ans : 8,6 pour cent) et à celui de la série de science-fiction britannique à succès *Torchwood* (part d'audience moyenne auprès des 14-49 ans : 7,8 pour cent). D'autres séries diffusées en prime-time telles que la troisième saison de *Battlestar Galactica*, la cinquième et dernière saison de *Stargate Atlantis* et la série fantastique primée *Heroes* ont également rencontré un grand succès auprès du public.

RTL II s'est également distinguée par la diffusion de films en 2009. Parmi les films qui ont rencontré le plus de succès l'année dernière, citons notamment la comédie fantastique *Charlie And The Chocolate Factory* (part d'audience auprès des 14-49 ans : 16,3 pour cent), le film pour toute la famille *Nanny McPhee* (part d'audience auprès des 14-49 ans : 15,2 pour cent) et le film d'action *Eraser* (part d'audience auprès des 14-49 ans : 14,4 pour cent).

La part de RTL II dans l'EBITA de RTL Group est passée de 12 millions d'euros en 2008 à 9 millions d'euros en 2009, cette baisse étant à imputer à la diminution des recettes publicitaires.

S'appuyant sur une augmentation de ses parts d'audience en accès prime-time et sur la case horaire matinale (entre 6h et 12h), **Super RTL** a augmenté sa part d'audience dans son groupe cible clé des 3-13 ans et l'a portée à 21,3 pour cent (2008 : 20,4 pour cent). La chaîne a ainsi conforté son avance sur ses deux principaux concurrents, la chaîne publique Kika (15,5 pour cent) et la chaîne commerciale Nick (9,5 pour cent). Super RTL est le leader incontesté de la télévision pour enfants en Allemagne depuis 11 années consécutives.

Toggolino, le volet de la programmation de la chaîne destiné aux enfants de maternelle, doit son succès au classique *Caillou* (part d'audience auprès des 3-13 ans : 49,8 pour cent) ainsi qu'à de nouveaux formats tels que *Chuggington* (part d'audience auprès des 3-13 ans : 49,1 pour cent). En access prime-time, Super RTL a enregistré des scores d'audience élevés avec des séries pour enfants telles que *Disney's Hannah Montana*, *Disney's Die Zauberer vom Waverly Place* and *Hotel Zack & Cody* (part d'audience auprès des 3-13 ans : 29,9 pour cent), cette dernière émission étant l'émission pour enfants la plus prisée de Super RTL. En prime-time, les magazines explorant les coulisses d'émissions de divertissement diffusées par RTL Television telles que *Das Supertalent – Backstage* et *DSDS – Das Magazin* ainsi que des programmes familiaux tels que des dessins animés figurent parmi les programmes enregistrant les meilleurs résultats.

La part du chiffre d'affaires des activités sans lien direct avec la publicité de la télévision classique est restée stable et se situe à environ 25 pour cent du chiffre d'affaires total de Super RTL.

La chaîne d'informations N-TV a connu la meilleure année de son histoire et obtient une part d'audience moyenne de 1,0 pour cent auprès des téléspectateurs âgés de 14 à 49 ans (2008 : 0,9 pour cent). Ces bons résultats attestent de l'efficacité de la stratégie de programmation de la chaîne. N-TV diffuse des JT, des reportages économiques et couvre l'actualité en direct en journée ; en prime-time, elle diffuse des documentaires et des magazines. Au mois de juin, la chaîne a rassemblé un très grand nombre de téléspectateurs avec ses reportages qui ont suivi le décès de Michael Jackson et avec le documentaire sur la nature *Home*.

Les trois chaînes numériques thématiques du centre de profits – **RTL Crime**, **RTL Living** et **Passion** – ont poursuivi leur croissance régulière et figurent parmi les premières chaînes de télévision à péage en Allemagne, en Autriche et en Suisse avec plus de 2,5 millions de foyers abonnés.

Depuis l'automne 2009, RTL Television et Vox sont disponibles en haute définition (TVHD) par l'intermédiaire de la nouvelle offre HD+ proposée par l'opérateur de satellites SES Astra. Ces deux chaînes sont diffusées en simultanée en haute définition et proposent notamment des films et des séries en HD native. Le nombre de programmes disponibles en HD augmentera graduellement au cours des années à venir.

Nouveaux médias et activités de diversification

Au sein de **Mediengruppe RTL Deutschland**, RTL Interactive est chargé de gérer les activités de diversification, des contenus et services numériques. En 2009, les sites Internet de la société ont poursuivi l'expansion de leur offre de vidéos professionnelles attirant un grand nombre d'internautes et intéressante pour les annonceurs. Plusieurs sites Internet ont été relancés au cours de l'année afin d'accroître l'offre de vidéos, dont *RTL.de*, *N-TV.de*, *Vip.de* and *Teleboerse.de*. Avec 6,49 millions d'utilisateurs uniques par mois selon la dernière enquête "Internet Facts" de l'AGOF (troisième trimestre 2009), *RTL.de* est à nouveau le portail d'infotainment numéro un en Allemagne.

Au cours de l'année 2009, le service de télévision de rattrapage *RTLnow.de* a enregistré 136 millions de visionnages de vidéos long-format – épisodes entiers de séries ou d'émissions -, soit une augmentation de 16 pour cent par rapport à l'année dernière. Le 1^{er} juillet 2009, Vox et RTL Interactive ont lancé un service similaire appelé *Voxnow.de*.

Si l'on ajoute à ces services de télévision de rattrapage, le portail de clips vidéo *Clipfish.de*, les sites Internet *RTL.de*, *Vox.de* et *N-TV.de* ainsi que les portails thématiques tels que *Kochbar.de*, *Frauenzimmer.de* et *Vip.de*, le nombre de visionnages de vidéos professionnelles est passé à 344 millions (plus 29 pour cent par rapport à 2008). Cette augmentation est notamment attribuable au succès des émissions de divertissement à grand spectacle proposées par RTL Television, dont *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus* (Je suis une célébrité...sortez-moi de là) qui a enregistré 12 millions de vidéos regardées et à celui de *Deutschland sucht den Superstar* (Nouvelle Star) qui a, quant à elle, occasionné le visionnage de 40 millions de vidéos sur l'ensemble des portails Internet.

Avec 6,75 millions d'utilisateurs uniques par mois selon la dernière enquête "Internet Facts" de l'AGOF (troisième trimestre 2009), *Wer-kennt-wen.de* s'est hissé à la première place des sites communautaires en Allemagne. A la fin de l'année, le site comptait 7,3 millions de membres inscrits, en nette augmentation par rapport aux 5 millions de membres inscrits à la fin de l'année 2008.

Mediengruppe RTL Deutschland a également intensifié ses activités liées à l'Internet mobile en 2009 en procédant au lancement de versions mobiles de sites Internet tels que *Kochbar.de* et *Vox.de*. Parallèlement, le portail mobile de RTL Television a été relancé à la fin de l'année afin de proposer une offre très élargie de vidéos. Cette stratégie a été complétée par le lancement d'une série de nouvelles applications pour iPhone en rapport avec les émissions à succès de RTL Television (dont *Das Supertalent* et *Wer wird Millionär?*), les actualités de la Formule 1 (avec notamment les vidéos en direct) et les actualités de N-TV.

Universum Film acquiert des droits audiovisuels pour distribuer des films en salles mais également pour sortir des films et des émissions de télévision en DVD et sur les plateformes de vidéos à la demande. La société, filiale de Mediengruppe RTL Deutschland, a enregistré de très bons résultats en 2009, augmentant considérablement son chiffre d'affaires et sa contribution à l'EBITA. Cette bonne tenue est principalement due au succès en salles de films tels que *Transporter III*, *Crank 2 – High Voltage*, *Niko, ein Rentier hebt ab* et *Prinzessin Lillifee*.

Groupe M6

En millions d'euros	2009	2008	Variation en %
Chiffre d'affaires	1 377	1 354	+1,7
EBITA ajusté	199	206	(3,4)
Coûts de restructuration et frais de démarrage	(4)	(10)	(60,0)
EBITA	195	196	(0,5)

Résultats financiers

Grâce à son portefeuille diversifié et à un savant équilibre de ses sources de revenus, le Groupe M60 a augmenté son chiffre d'affaires de 1,7 pour cent à 1 377 millions d'euros (2008 : 1 354 millions d'euros). Ce résultat démontre la résistance du Groupe M6 face au sévère ralentissement économique.

Les recettes publicitaires de la chaîne principale M6 ont baissé de 8,0 pour cent tandis qu'il a été estimé que l'ensemble du marché publicitaire TV a enregistré une baisse de 12,0 pour cent en 2009. Dès lors, la part de marché publicitaire nette du Groupe M6 a augmenté pour s'établir à 23,4 pour cent (2008 : 21,4 pour cent). Le chiffre d'affaires des chaînes numériques du Groupe M6, en hausse de 17,7 pour cent d'une année sur l'autre, a donc continué sa forte progression principalement grâce aux bons résultats enregistrés par W9, la chaîne gratuite de la TNT. Le chiffre d'affaires des activités de diversification et de droits audiovisuels du Groupe M6 a enregistré une hausse de 9,2 pour cent.

L'EBITA est resté relativement stable à 195 millions d'euros (2008 : 196 millions d'euros). Un certain nombre de facteurs clés sont venus compenser la chute des revenus publicitaires comme l'augmentation de la contribution au résultat des chaînes numériques et des activités de diversification du Groupe M6, mais aussi les premiers effets des mesures d'économie mises en place par la société et une baisse importante des coûts de programmation de M6, la chaîne principale du Groupe M6. En effet, la société n'a pas réinvesti les 46 millions d'euros consacrés l'année dernière aux droits de diffusion du Championnat d'Europe de football.

Parts d'audience

En 2009, le Groupe M6 a été la seule famille de chaînes à afficher une hausse de ses parts d'audience. Sa part d'audience totale auprès du groupe cible des ménagères de moins de 50 ans a augmenté pour atteindre 21,6 pour cent (2008 : 21,2 pour cent), principalement grâce à la forte croissance de W9.

En dépit de la poursuite de la fragmentation de l'audience en France, essentiellement en raison de l'expansion rapide de la télévision numérique terrestre (TNT) gratuite, la part d'audience de M6 auprès de son groupe cible est restée quasiment stable, à 17,2 pour cent (2008 : 17,5 pour cent). De ce fait, M6 est non seulement restée la chaîne numéro deux en France auprès de cette catégorie, mais elle est également parvenue à réduire la distance qui la sépare de TF1, chaîne leader sur le marché. M6 a tiré parti de sa solide grille de programmes d'avant-soirée, avec son émission de divertissement *Un dîner presque parfait* et son magazine *100% mag* qui l'ont placée en tête des chaînes les plus regardées par les ménagères de moins de 50 ans sur le créneau horaire de 18h à 19h40. L'année 2009 a été marquée par l'initiative audacieuse prise par M6 de modifier le format de son JT du soir.

A la place du *6 Minutes*, un JT tout en images, M6 a lancé *Le 19.45* présenté par une journaliste faisant face aux téléspectateurs debout et proposant une couverture approfondie de l'actualité et des reportages sur le terrain. Suite à son lancement le 7 septembre 2009, *Le 19.45* a été le seul grand journal d'information en France à attirer de nouveaux téléspectateurs : entre les mois de septembre et décembre 2009, il a atteint une audience globale moyenne de 2,5 millions de téléspectateurs. Ceci constitue une augmentation de 200 000 téléspectateurs par rapport à l'audience moyenne du *6 Minutes* au cours de la même période de l'année 2008.

Sur le créneau horaire du prime-time (20h45 - 22h45) d'importance stratégique, M6 a été la seule grande chaîne à améliorer sa part d'audience auprès de son groupe cible, la faisant passer de 20,6 pour cent en 2008 à 21,3 pour cent en 2009. La chaîne a continué d'attirer un public nombreux grâce à ses marques de programmes réputées allant du programme de recherche de nouveaux talents *Nouvelle Star* aux grands magazines d'information *Capital* et *Zone Interdite*, en passant par les séries américaines telles que *NCIS*, *Bones* et *Desperate Housewives*, la série documentaire *L'amour est dans le pré* et le jeu d'aventure *Pékin Express*. M6 a également réussi à créer l'événement en diffusant pour la première fois sur son antenne un match de qualifications à la Coupe du monde de football. La chaîne a réuni 8,2 millions de téléspectateurs pour le match opposant la France à l'Irlande, match qui a été le programme le plus regardé de M6 en 2009.

W9, la chaîne numérique principale du Groupe M6, a poursuivi sa croissance rapide tout au long de l'année 2009. La part d'audience totale de la chaîne est passée à 2,5 pour cent (contre 1,8 pour cent en 2008), soit l'augmentation la plus importante enregistrée par une chaîne française. Forte d'une part d'audience moyenne de 3,3 pour cent auprès de son principal groupe cible, W9 a également confirmé sa position de leader sur le marché des chaînes de la TNT. Soulignant son positionnement de chaîne "mini-généraliste", W9 a enregistré des scores d'audience élevés dans plusieurs genres, notamment des films, des séries américaines comme *Missing* et *Les Simpson*, des séries documentaires telles que *Cauchemar en cuisine* et le *Convoi de l'extrême* et l'émission dérivée de *Nouvelle Star*, *Nouvelle Star – ça continue*, diffusée en fin de soirée. A l'automne, W9 a été la première chaîne de la TNT à diffuser une émission événement de recherche de talents – *The X Factor* – coproduite avec RTL-TVI en Belgique et rassemblant jusqu'à 900 000 téléspectateurs. W9 a également établi un nouveau record d'audience pour une chaîne de la TNT en réunissant 1,5 million de téléspectateurs pour la diffusion du film *Astérix et les Vikings* le 27 octobre 2009. En tout, W9 a diffusé 69 des 100 programmes les plus regardés sur l'ensemble des chaînes de la TNT en 2009.

Nouveaux médias et activités de diversification

En 2009, les activités de diversification et de droits audiovisuels du Groupe M6 ont bien résisté et ont contribué à enrayer la chute des revenus publicitaires. Le Groupe M6 fait figure de précurseur dans le domaine des activités de diversification alors que la part totale des revenus non publicitaires continue à progresser encore pour atteindre 47,4 pour cent (2008 : 44,4 pour cent).

Le service de télévision de rattrapage **M6 Replay** s'est rapidement imposé comme l'un des sites vidéo préférés des internautes français. Depuis son lancement en mars 2008, plus de 211 millions d'émissions ont été regardées sur la plateforme, dont 150 millions en 2009. Ce site compte actuellement près de 2,6 millions de visiteurs uniques par mois qui regardent près de 20,7 millions de vidéos sur le site. Selon une étude récente menée par Aegis Media Expert, M6 Replay offre le bêta de mémorisation le plus élevé aux messages publicitaires sur Internet. Suite à des accords passés avec des prestataires de services tels qu'Orange, SFR et Canal Sat, M6 Replay est également disponible sur appareils mobiles ainsi que sur les écrans de télévision par l'intermédiaire de la Télévision par protocole Internet (IPTV). Grâce à l'arrivée de nombreux annonceurs, la plateforme a atteint son seuil de rentabilité en 2009.

Fort du succès rencontré par M6 Replay, le Groupe M6 a lancé au mois de décembre 2009 **W9 Replay**, la plateforme de télévision de rattrapage de W9. Le Groupe M6 a complété son offre vidéo, déjà leader sur le marché, en y ajoutant **M6 VOD**, un service premium complet payant proposant des films et les meilleures séries à la demande et un autre gratuit : M6 Bonus, offrant des bêtisiers, des making-ofs et des interviews.

L'acquisition de Cyréal Group et le lancement prometteur de portails Internet thématiques basés sur les marques de Groupe M6 – dont *Turbo.fr* (voitures), *Deco.fr* (décoration de la maison) et *Teva.fr* (destiné à un public féminin) – ont permis à **M6 Web** de renforcer son positionnement sur le marché. En 2009, le Groupe M6 a atteint une audience moyenne de 12 millions de visiteurs uniques par mois sur l'ensemble des sites Internet contre 11 millions de visiteurs uniques en 2008.

La filiale de **droits audiovisuels** a bénéficié des succès au box office des longs métrages *Twilight chapitre 1 – Fascination*, *Harvey Milk* et *Prédictions*.

Le FC des Girondins de Bordeaux, détenu par le Groupe M6, a terminé la saison 2008/2009 par une victoire en Coupe de la Ligue et en remportant le championnat de France (Ligue 1). Le club s'est alors qualifié pour la saison 2009/2010 de la Ligue des Champions de l'UEFA et a atteint le stade des huitièmes de finale en novembre 2009, réalisant un score de 16 points sur 18 dans son groupe et devançant ainsi le Bayern de Munich et la Juventus de Turin. A la fin de l'année 2009, entraîné par l'ancien joueur de l'équipe de France championne du monde, Laurent Blanc, le club était à nouveau en tête du championnat de France de football de Ligue 1. Grâce à ces victoires successives, la participation au résultat du FC des Girondins de Bordeaux est passée à 7,4 millions d'euros (2008 : 5,6 millions d'euros) et son chiffre d'affaires a augmenté pour atteindre 104 millions d'euros (2008 : 79 millions d'euros).

FremantleMedia

En millions d'euros	2009	2008	Variation en %
Chiffre d'affaires	1 183	1 203	(1,7)
EBITA ajusté	160	159	+0,6
Coûts de restructuration	(5)	(4)	+25,0
EBITA	155	155	0,0

Résultats financiers

En dépit du ralentissement économique, FremantleMedia, le pôle de production de RTL Group, a une nouvelle fois atteint les niveaux record de l'année précédente. La société a enregistré un chiffre d'affaires de 1 183 millions d'euros (2008 : 1 203 millions) et un EBITA de 155 millions d'euros (2008 : 155 millions d'euros). Le réseau des sociétés de production de FremantleMedia a affiché d'excellents résultats, particulièrement aux Etats-Unis et au Royaume-Uni et la division Entreprises de la société s'est également très bien comportée. De plus, Original Productions, la société américaine nouvellement acquise, a pour la première fois contribué aux résultats du Groupe.

Activités de production

En 2009, le réseau de sociétés de production de FremantleMedia a produit, dans 57 pays, près de 9 500 heures de programmes TV primés, faisant de FremantleMedia l'un des plus grands créateurs de formats internationaux. La société a distribué ses programmes dans plus de 150 pays.

Les émissions produites par FremantleMedia ont enregistré les meilleures parts d'audience sur presque tous les marchés clés dans le monde, y compris aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Australie et en France. Bon nombre des principaux formats produits par la société ont également battu de nouveaux records et atteint des audiences plus importantes que jamais. Parmi eux, citons notamment *Got talent* au Royaume-Uni et en Allemagne, *The X-Factor* au Royaume-Uni et au Danemark et *The Farmer Wants A Wife* en France et aux Pays-Bas.

Les émissions de divertissement produites par FremantleMedia ont continué à bien s'exporter en 2009. Pour la deuxième année consécutive, *Hole in The Wall*, un jeu télévisé japonais diffusé sur Fuji TV, a été le format de FremantleMedia à s'être le mieux exporté faisant son apparition sur 13 nouveaux marchés et totalisant ainsi une présence dans 39 pays. *Got Talent*, une émission coproduite avec Syco au Royaume-Uni et aux Etats-Unis, a rajouté neuf nouveaux marchés à son actif en 2009. De son côté, *Take Me Out*, une nouvelle émission de rencontres amoureuses développée par FremantleMedia France est en passe d'acquérir une envergure internationale, avec cinq nouveaux pays à son actif en 2009 et huit en tout.

De plus, FremantleMedia possède un vaste catalogue de feuilletons quotidiens, de telenovelas, de séries dramatiques et d'émissions de divertissement qui remportent tous un vif succès auprès du public.

Aux Etats-Unis, pour la cinquième année consécutive, *American Idol* demeure l'émission qui a réuni le plus grand nombre de téléspectateurs en prime-time. La huitième saison du télé-crochet, coproduit par 19 Entertainment et diffusé sur le réseau Fox, a rassemblé 24,9 millions de téléspectateurs en moyenne et enregistre une part d'audience de 23,5 pour cent auprès des téléspectateurs âgés de 18 à 49 ans, soit plus de trois fois la part d'audience moyenne enregistrée par Fox en prime-time. Faisant son retour sur NBC au cours de l'été 2009, la quatrième saison

d'*America's Got Talent* a rassemblé 12,3 millions de téléspectateurs en moyenne, devenant ainsi l'émission de divertissement la plus regardée de la chaîne.

Créée pour la première fois en 1956, l'émission *The Price is Right* (CBS) reste le jeu télévisé diffusé en journée rassemblant le plus grand nombre de téléspectateurs aux Etats-Unis, avec une audience moyenne de 4,6 millions de téléspectateurs en 2009. Au mois d'octobre, le jeu télévisé culte *Let's Make A Deal*, un format produit par Hatos Hall Productions, a effectué son retour sur la grille des programmes de la journée de CBS et a réuni plus de 2 millions de téléspectateurs par jour.

Au **Royaume-Uni**, toutes les grandes émissions de divertissement de FremantleMedia ont augmenté leurs parts d'audience par rapport à l'année dernière. Diffusée sur ITV 1, la troisième saison de *Britain's Got Talent*, a rencontré son plus grand succès depuis son lancement en enregistrant une part d'audience totale moyenne de 52,8 pour cent. La finale de la saison a été suivie par 18,3 millions de téléspectateurs – soit près d'un tiers de la population britannique – faisant de *Britain's Got Talent* l'émission de divertissement la plus populaire de la décennie et celle qui a obtenu les meilleurs résultats en 2009. En l'espace de quelques jours, la candidate Susan Boyle est devenue un phénomène planétaire. Depuis sa première audition, elle a été regardée des centaines de millions de fois sur YouTube par des internautes du monde entier faisant d'elle l'une des stars les plus regardées sur cette plateforme vidéo. De retour sur ITV 1 à l'automne et pour sa sixième saison, *The X Factor*, coproduit par Syco, a également connu le plus grand succès de son histoire. Le télé-crochet est devenu le deuxième programme le plus regardé en 2009 au Royaume-Uni avec une part d'audience totale moyenne de 46,9 pour cent. D'une saison à l'autre, *The X Factor* a augmenté sa part d'audience moyenne de 20 pour cent.

FremantleMedia a également produit des émissions à succès pour les autres grandes chaînes britanniques dont la cinquième saison de *The Apprentice*, un format produit pour BBC One par Mark Burnett Productions ainsi que l'émission immobilière à succès *Grand Designs* pour Channel 4. De son côté, *Neighbours*, une production de FremantleMedia Australia, demeure l'émission de la journée la plus regardée sur Five.

En **Allemagne**, la troisième saison de *Das Supertalent* (Incroyable Talent) a enregistré les parts d'audience les plus élevées depuis sa création, avec une audience moyenne de 6,8 millions de téléspectateurs. Ceci représente une croissance de 25 pour cent en termes d'audience par rapport à l'année précédente. *Das Supertalent* a enregistré une part d'audience moyenne de 33,2 pour cent auprès du groupe cible des téléspectateurs âgés de 14 à 49 ans. De son côté, la sixième saison de *Deutschland sucht den Superstar* (Nouvelle Star) diffusée sur RTL Television a affiché une part d'audience moyenne de 30,6 pour cent auprès des jeunes téléspectateurs, également en augmentation par rapport à l'année dernière.

Au mois d'octobre, la diffusion du téléfilm en deux parties *Der Vulkan* – produit par Teamworx, une filiale d'UFA, le pôle allemand de production de FremantleMedia – a réuni 6,3 millions de téléspectateurs, permettant ainsi à RTL Television d'enregistrer ses meilleures parts d'audience de l'année pour un téléfilm.

En **Australie**, la finale du concours culinaire *MasterChef* a attiré 3,7 millions de téléspectateurs, la couronnant émission la plus regardée jamais diffusée en Australie – hors sport. En moyenne, la première saison de *MasterChef*, diffusée par Network Ten, a enregistré une part d'audience totale de 41,3 pour cent.

Dans le cadre de sa stratégie de croissance internationale, qui allie croissance interne et acquisitions ciblées, FremantleMedia a acquis, en février 2009, une participation de 75 pour cent dans la société Original Productions, le créateur américain d'émissions télévisées à succès telles que *Ice Road Truckers* et *Ax Men*.

Talkback Thames et UFA Fernsehproduktion, deux filiales de FremantleMedia, se sont associées pour créer une unité conjointe de développement de fictions (Drama Development Unit), afin de créer et coproduire des fictions pour les marchés britannique et allemand. Cette initiative s'inscrit dans le prolongement d'une collaboration réussie ayant eu lieu l'année dernière entre les deux sociétés sur les séries *The Bill* et *Soko Leipzig*, deux séries policières diffusées en prime-time et remportant un grand succès dans leur pays d'origine respectif, à savoir la Grande-Bretagne et l'Allemagne.

FremantleMedia Enterprises (FME)

FremantleMedia Enterprises (FME) collabore avec les propres marques de FremantleMedia ainsi qu'avec celles de tiers afin de créer des opportunités de revenus supplémentaires grâce à des activités de distribution de contenu, d'octroi de licences, de nouveaux médias et de home entertainment.

Par l'intermédiaire de son réseau international de distribution, FME a continué à distribuer la série britannique à succès *The Adventures of Merlin* produite par Shine pour BBC One. A la fin de l'année 2009, la première saison de la série avait été vendue à 52 chaînes dans plus de 180 pays et, à ce jour, la deuxième saison a été vendue dans plus de 165 pays. Au mois de décembre, la BBC a annoncé qu'elle passait commande d'une troisième saison.

FME a assuré la vente internationale de l'émission *American Idol* dans plus de 150 pays dont la France, le Japon, le Royaume-Uni et l'Australie. Symbole de l'extension des produits dérivés de la marque *Idols*, FME est parvenue à conclure un accord prévoyant la création d'une attraction tirée de l'émission télévisée dans le parc Walt Disney World Resort en Floride. Cette attraction porte le nom de *The American Idol Experience* et a été inaugurée en février 2009. Parmi les nouveaux spectacles en direct lancés par FME en 2009, citons notamment *America's Got Talent Live* à Las Vegas, *Taste of Emeril's – Cooking Challenge* à Atlantic City et le tournoi de tennis de table d'ouverture de la saison *Hardbat Classic*, également retransmis en direct depuis Las Vegas. Le jeu-spectacle *The Price is Right Live* continue à rencontrer un succès non démenti à Las Vegas.

Le site Internet de l'émission *Britain's Got Talent*, créé par Talkback Thames Digital, a battu tous les records en dépassant les 51 millions de vidéos visionnées sur son site. Le site primé de l'émission *The X Factor* compte près de 30 millions de vidéos regardées. La chaîne officielle YouTube de l'émission *X Factor* s'est hissée en cinquième position du hit parade des chaînes britanniques les plus populaires.

RTL Nederland

En millions d'euros	2009	2008	Variation en %
Chiffre d'affaires			
Télévision	318	372	(14,5)
Radio	53	64	(17,2)
Total	371	436	(14,9)
EBITA			
Télévision	53	59	(10,2)
Radio	19	29	(34,5)
Coûts de restructuration	–	(18)	n.a.
Total	72	70	+2,9

Résultats financiers

Le chiffre d'affaires total de **RTL Nederland** a enregistré une baisse de 14,9 pour cent s'établissant à 371 millions d'euros (2008 : 436 millions d'euros), suite à une baisse considérable des recettes publicitaires TV et radio. Selon les estimations, le marché publicitaire TV a enregistré une baisse de 10,7 pour cent aux Pays-Bas, la part de marché publicitaire de RTL Nederland atteignant les 39,5 pour cent (2008 : 39,0 pour cent).

L'EBITA total du centre de profits a atteint à 72 millions d'euros (2008 : 70 millions d'euros), grâce à la mise en œuvre de mesures d'économie dès le début de l'exercice. Les activités TV ont réduit leurs coûts d'exploitation de 41 millions d'euros – soit une baisse de 14 pour cent par rapport à l'année dernière – principalement grâce à des économies réalisées sur les coûts de programmation et à une diminution des frais de personnel suite à la restructuration en 2008, ces éléments ayant eu une incidence sur l'EBITA enregistré l'année dernière par le centre de profits.

Parts d'audience

La famille des chaînes de RTL Nederland a enregistré une part d'audience totale en prime-time de 32,3 pour cent auprès du principal groupe cible des consommateurs de 20 à 49 ans, en hausse de 1,8 points par rapport à 2008 (30,5 pour cent). RTL Nederland se place ainsi largement devant son principal concurrent commercial SBS group (28,0 pour cent) et devant les chaînes publiques (26,1 pour cent).

Cette augmentation des parts d'audience est principalement due aux bons résultats enregistrés par **RTL 4**, la chaîne phare de RTL Nederland, dont la part d'audience moyenne en prime-time est passée de 14,9 à 17,0 pour cent auprès du groupe cible des consommateurs de 20 à 49 ans. En semaine, les soirées thématiques de la chaîne allient nouveautés et programmes au succès confirmé, permettant alors à la chaîne d'attirer de très nombreux téléspectateurs. Citons en particulier les documentaires tels que *Uitstel Van Executie*, *Mijn Tent Is Top*, et *De Frogers: Effe Geen Cent Te Makken*, ainsi que les séries policières américaines *CSI* et *Bones*.

Le week-end, la chaîne propose principalement des émissions et des formats de divertissement destinés à toute la famille tels que *Ik Hou Van Holland*, *Ushi & Dushi* et la nouvelle émission comique *De TV Kantine*. La saison deux de *X Factor* s'est très bien déroulée, enregistrant une part d'audience moyenne de 30,9 pour cent auprès du groupe cible des consommateurs de 20 à 49 ans. Ceci lui a permis de se placer en tête des émissions les plus regardées par ce public cible en 2009. Les programmes diffusés par RTL 4 en avant-soirée tels que *Editie NL*, *RTL Boulevard*, *RTL Nieuws* et le feuilleton quotidien au succès jamais démenti *Goede Tijden, Slechte Tijden* ont également réalisé de très bons taux d'audience en 2009.

RTL 5 a terminé l'année 2009 sur une part d'audience moyenne en prime-time de 9,6 pour cent auprès des téléspectateurs âgés de 20 à 34 ans (2008 : 9,1 pour cent). Les films à gros budget, les versions néerlandaises des émissions de télé-réalité (*Benelux Next Top Model*, *Expeditie Robinson*, *So You Think You Can Dance*), les émissions de rencontres amoureuses (*Take Me Out*, *Daten In Het Donker*) sans oublier le jeu télévisé *Wipe Out* ont particulièrement séduit les jeunes téléspectateurs. **RTL 7** a enregistré une part d'audience de 6,7 pour cent auprès de son principal groupe cible des hommes âgés de 20 à 49 ans (2008 : 6,9 pour cent). La grille des programmes de la chaîne se compose principalement de retransmissions en direct de matchs de foot, du magazine de football hebdomadaire *Voetbal International*, de sports automobiles et de films destinés à un public masculin. **RTL 8** a obtenu une part d'audience de 3,3 pour cent auprès de son groupe cible des femmes âgées de 20 à 49 ans, en légère baisse par rapport à 2008 (3,4 pour cent).

Au début du mois d'octobre 2009, RTL Nederland a lancé **RTL Lounge** sa première chaîne thématique disponible sur les bouquets payants de certains câblodistributeurs. Cette chaîne étant principalement destinée à un public féminin, ses programmes se composent de la fiction et d'émissions "lifestyle". En prime-time, ces émissions ont un thème différent chaque jour de la semaine. RTL Lounge est déjà devenue la chaîne numérique la plus regardée des Pays-Bas.

Au mois de juillet 2009, RTL Nederland a signé un accord de coopération avec le câblodistributeur UPC afin de pouvoir proposer l'ensemble des chaînes RTL en haute définition.

Radio 538 est une radio reconnue qui diffuse une vaste gamme de musique contemporaine et de succès récents ainsi que de la dance et du R&B. Ses émissions sont animées par les DJ préférés des Néerlandais. Au cours de l'année 2009, RTL Nederland a renforcé les collaborations entre ses activités TV et radio. Ainsi, Radio 538 anime toute une série de manifestations et de promotions qui rencontrent les faveurs du public en collaboration avec les chaînes de télévision de RTL. Citons notamment la très populaire fête célébrée à l'occasion de l'anniversaire de la reine (Queen's Day) à Amsterdam en collaboration avec RTL 5 et Hotel 538, une rencontre entre les finalistes de l'émission *X Factor* et les auditeurs de Radio 538. En 2009, Radio 538 a enregistré une part d'audience moyenne de 16,2 pour cent auprès des auditeurs âgés de 20 à 49 ans (2008 : 16,9 pour cent), faisant d'elle la première station de radio du pays, loin devant ses plus proches concurrents. Sa part nette du marché publicitaire se situe à 25,1 pour cent (2008 : 26,9 pour cent). En dépit du ralentissement économique, cette station de radio est restée très rentable, affichant une marge bénéficiaire de 35,8 pour cent (2008 : 45,0 pour cent).

A partir de fin octobre, la marque RTL a fait sa réapparition sur le marché de la radio aux Pays-Bas avec le lancement de la station de radio numérique RTL Lounge Radio qui cible le même public féminin que la nouvelle chaîne de télévision numérique. Radio 538 fournit la technologie et la programmation pour RTL Lounge Radio.

Nouveaux médias et activités de diversification

Les activités Internet de RTL Nederland ont connu une forte progression au cours de l'année 2009. Le réseau de sites de la société – qui comprend notamment le portail généraliste *RTL.nl*, la plateforme de télévision de rattrapage *RTLGemist.nl*, le nouveau portail culinaire *Etenvandaag.nl*, le nouveau portail de jeux *Spelsalon.nl* ainsi que toute une gamme de sites Internet consacrés aux émissions à succès telles que *X Factor* – a enregistré une augmentation du nombre de visiteurs uniques par mois qui s'établit à 5,1 millions (2008 : 3,9 millions).

Le nombre de vidéos regardées a plus que doublé et a atteint 185 millions (2008 : 91 millions). Les épisodes du feuilleton quotidien *Goede Tijden, Slechte Tijden*, l'émission d'actualité et de divertissement *RTL Boulevard* et des clips du site Internet *RTL Nieuws* ont figuré parmi les fichiers multimédias les plus regardés. L'offre a atteint un nouveau public au cours de l'année 2009 grâce à la collaboration établie avec les grands réseaux câblés Ziggo et UPC, la rendant également disponible sur écrans TV. Une nouvelle fonctionnalité est également venue compléter le service à la demande d'UPC et offre aux téléspectateurs la possibilité de visionner des épisodes de plusieurs séries de RTL avant leur diffusion sur les chaînes de RTL Nederland.

Five Group

En millions d'euros	2009	2008	Variation en %
Chiffre d'affaires	303	432	(29,9)
<i>Chiffre d'affaires en devise locale</i>	<i>269</i>	<i>341</i>	<i>(21,1)</i>
EBITA de la chaîne principale de Five	4	16	(75,0)
EBITA des chaînes numériques de Five	(14)	(14)	0,0
EBITA opérationnel	(10)	2	n.a.
Coûts de restructuration	(9)	(4)	>100,0
Réduction de valeur sur programmes	(22)	–	n.a.

Résultats financiers

Dans un marché publicitaire TV dont la baisse a été estimée à 12,5 pour cent d'une année sur l'autre, le chiffre d'affaires de **Five Group** a enregistré une baisse de 29,9 pour cent à 303 millions d'euros (2008 : 432 millions d'euros). En devise locale, le chiffre d'affaires a reculé de 21,1 pour cent. Après plusieurs années de croissance de sa part de marché publicitaire, la famille des chaînes Five – y compris les chaînes numériques Five USA et Fiver – a perdu des parts de marché en 2009. Sa part nette de marché publicitaire s'est élevée à 8,4 pour cent du marché publicitaire TV en 2009 (2008 : 9,6 pour cent).

Five Group a subi une perte opérationnelle de 10 millions d'euros (2008 : EBITA opérationnel positif de 2 millions d'euros). Ce chiffre ne tient pas compte des coûts de restructuration d'un montant de 9 millions d'euros et d'une réduction de valeur sur programmes de 22 millions d'euros, liée à des prévisions de recettes revues à la baisse pour des séries américaines dont Five Group avait fait l'acquisition. Cette révision à la baisse s'est basée sur une situation de marché peu favorable.

Tout au long de l'exercice, la direction a intensément travaillé sur la structure des coûts de la société. Au début du mois de mars 2009, Five a présenté un plan de restructuration complet destiné à améliorer l'efficacité de la chaîne. Ce plan préconisait un allègement des structures d'encadrement et une réduction notable des effectifs. Sur un total de 354 postes, 87 ont été affectés par le plan de restructuration. Dans un même temps, Five a pris des mesures d'austérité effectives sur l'ensemble de ses chaînes afin de limiter l'impact qu'aurait sur l'EBITA la diminution des revenus publicitaires. L'entreprise a pris la décision de privilégier les éléments de la grille de programmes ayant la plus grande valeur commerciale tels que, par exemple, la case du prime-time. En devise locale, Five Group a réduit ses dépenses d'exploitation, en excluant les coûts de restructuration et les pertes de valeur, de 65 millions de GBP, soit 19 pour cent en 2009, principalement grâce à d'importantes mesures d'économie sur les programmes.

Parts d'audience

Au Royaume-Uni, Five a été la seule famille de chaînes terrestres à avoir vu sa part d'audience des adultes progresser en 2009 en affichant une légère hausse de 6,27 pour cent (2008 : 6,24 pour cent). Les familles ITV et Channel 4 ont toutes deux perdu des parts d'audience.

Tout comme les années précédentes et principalement en raison de la fragmentation liée au taux de pénétration croissant de la télévision numérique multichaines, toutes les principales chaînes terrestres britanniques ont perdu des parts d'audience en 2009. Five a connu la baisse la plus légère parmi les autres chaînes commerciales et a conservé une part d'audience de 4,98 pour cent auprès des téléspectateurs âgés de 16 ans et plus (2008 : 5,14 pour cent).

Les piliers de la grille des programmes de Five tels que les franchises *CSI* ont attiré des nombres record de téléspectateurs au cours de l'exercice. L'épisode diffusé le 17 mars 2009, au cours duquel le personnage principal Gil Grissom (William Petersen) quittait la série, a réuni 4,3 millions de téléspectateurs adultes permettant ainsi à Five d'enregistrer les meilleures parts d'audience de son histoire pour une fiction, bien que cette série policière en soit à sa neuvième saison. Five a utilisé le succès jamais démenti de *CSI* comme tremplin pour le lancement de deux nouvelles acquisitions et pour promouvoir la chaîne comme "LA" chaîne de la fiction américaine sur la TV britannique. Diffusé le 26 mars, le premier épisode de la série *The Mentalist* a obtenu les parts d'audience les plus élevées de l'histoire de la chaîne pour une nouvelle fiction, avec 4,12 millions de téléspectateurs adultes soit une part d'audience de 18,3 pour cent. Au cours de l'année 2009, *The Mentalist* a réuni en moyenne 2,84 millions de téléspectateurs (soit une part d'audience totale de 12 pour cent). *FlashForward*, une fiction à suspense en plusieurs parties, a également fait une entrée remarquée, rassemblant 4,1 millions de téléspectateurs pour le premier épisode et 3,6 millions sur l'ensemble de la saison, soit une part d'audience de 13,1 pour cent.

Five s'est également distinguée grâce à la diffusion de programmes nationaux très prisés par le public. La dernière journée du tournoi de cricket des *Ashes* opposant l'Angleterre à l'Australie a été suivie par 2,09 millions de téléspectateurs permettant ainsi à la chaîne d'enregistrer ses meilleurs résultats en matière de retransmission de matchs de cricket. De même, la 12^e saison de *The Gadget Show* a été la plus populaire à ce jour, réunissant en moyenne 1,62 million de téléspectateurs sur l'ensemble de la série et obtenant une part d'audience totale de 6,6 pour cent.

Dans le domaine numérique, les deux chaînes numériques de Five ont tiré parti de leurs nouvelles identités de marque en enregistrant une augmentation de leurs parts d'audience pour la troisième année consécutive. La part d'audience des adultes de **Five USA** a progressé de plus d'un cinquième à 0,75 pour cent (2008 : 0,61 pour cent). La part d'audience de **Fiver** auprès des téléspectateurs âgés de 16 ans et plus est passée quant à elle à 0,54 pour cent (2008 : 0,49 pour cent).

Nouveaux médias et activités de diversification

Suite à un assouplissement des règles liées au télé-achat, Five a fait son entrée sur la scène des jeux en 2009. La société a conclu un accord commercial innovant portant sur le temps d'antenne avec Net Play TV. Aux termes de cet accord, Five Group diffuse désormais sur la chaîne principale un programme de casino interactif en direct dans la case horaire de fin de soirée. L'accord conclu pour une durée de 5 ans offre à Five une participation aux bénéfices et la société a également obtenu une option d'achat de 5 pour cent du capital de Net Play TV.

Deux produits de jeux sur Internet, Five Casino et Five Bingo, développés en partenariat avec Party Gaming, ont été lancés au cours de l'exercice. La société a également lancé deux sites Internet ciblés afin de présenter une sélection du contenu de Five à des publics bien précis. Le site FiveFwd est destiné aux jeunes amateurs de voitures et de technologies et propose du contenu de l'émission *The Gadget Show* et de l'émission automobile *Fifth Gear*. Le site Holy Soap est, quant à lui, destiné aux jeunes amatrices de feuilletons quotidiens et propose des épisodes entiers de *Neighbours* et *Home and Away*, les deux séries australiennes diffusées sur Five. Le site propose également des informations, des épisodes et des extraits de tous les grands feuilletons télévisés.

Suite à ces initiatives, le nombre de visiteurs uniques par mois sur le portefeuille des sites Internet de la chaîne Five a augmenté de 28 pour cent en 2009, pour atteindre le chiffre de 1,83 million en moyenne (2008 : 1,43 million).

Le nombre de vidéos long-format mis à disposition par Demand Five s'est accru pour atteindre 1,3 million par mois en moyenne (2008 : 0,3 million). Dans l'ensemble, 50,7 millions de vidéos long- et court-format ont été visionnées via la famille de sites Internet de Five au cours de l'année 2009 (2008 : 12,6 millions).

Par ailleurs, Five a conclu un accord avec Google afin de mettre une bibliothèque de programmes TV long-format à disposition sur YouTube. Cet accord permet aux utilisateurs de YouTube au Royaume-Uni d'avoir accès à plus de 250 heures de programmes diffusés récemment et de programmes d'archives. Five Sales vend de l'espace publicitaire d'affichage et de l'espace publicitaire vidéo en rapport avec le contenu proposé.

Five Group a également accru sa présence hors ligne. La manifestation inaugurale *Gadget Show Live*, basée sur la série documentaire très appréciée du public, a remporté le prix du meilleur lancement attribué par l'association britannique des organisateurs d'expositions. Cette manifestation organisée au National Exhibition Centre de Birmingham sur une durée de trois jours au mois d'avril s'est tenue à guichets fermés, puisque la totalité des 30 000 billets d'entrée avait été vendue à l'avance. Cette manifestation se tiendra dorénavant chaque année.

RTL Belgium

En millions d'euros	2009	2008	Variation en %
Chiffre d'affaires			
Télévision	158	164	(3,7)
Radio	45	52	(13,5)
Total	203	216	(6,0)
EBITA			
Télévision	20	20	0,0
Radio	16	19	(15,8)
Total	36	39	(7,7)

Résultats financiers

Le chiffre d'affaires du centre de profits belge qui regroupe les activités TV et radio a baissé de 6,0 pour cent et s'est élevé à 203 millions d'euros (2008 : 216 millions d'euros). Selon les estimations, le marché publicitaire net en Belgique francophone a enregistré une baisse de 3,8 pour cent. **RTL Belgium** a de son côté obtenu de meilleurs résultats que l'ensemble du marché. Le marché publicitaire radio a également enregistré un net recul. Cette diminution des recettes publicitaires a été en partie compensée par une forte augmentation des recettes non publicitaires. Ceci a été principalement dû à la consolidation pour la première fois du service de télé-achat HSS Belgique qui est devenu une joint venture détenue à parité 50/50 avec le Groupe M6.

L'EBITA total du centre de profits a enregistré une baisse pour s'établir à 36 millions d'euros (2008 : 39 millions d'euros), principalement en raison d'une baisse de la contribution aux résultats des activités radio de RTL Belgium. Les dépenses d'exploitation liées aux activités TV du centre de profits ont, quant à elles, été réduites de 6 millions d'euros (soit moins 6 pour cent par rapport à l'année dernière).

Parts d'audience

La famille des chaînes RTL a nettement conforté sa position de leader du marché en Belgique francophone avec une part d'audience moyenne en prime-time de 38,9 pour cent auprès du groupe cible des consommateurs de 18 à 54 ans, soit 2,9 points de mieux qu'en 2008 (36,0 pour cent). Ce résultat record souligne la complémentarité des chaînes RTL qui comptent RTL-TVI (chaîne généraliste), Club RTL (sports, programmes pour enfants et fiction alternative) et Plug RTL (jeunes téléspectateurs âgés de 15 à 34 ans). En termes d'audience totale, la famille de chaînes a diffusé 81 des 100 programmes les plus regardés de l'année.

Cette évolution positive est principalement attribuable aux bons résultats enregistrés par la chaîne phare **RTL-TVI** dont la part d'audience moyenne en prime-time a atteint à 28,9 pour cent auprès du principal groupe cible (2008 : 26,3 pour cent) confortant ainsi son avance sur la chaîne publique

La Une (écart de 17,1 points). RTL-TVI s'est également imposée comme le leader incontesté du marché en termes de parts d'audience totales.

Les JT de RTL-TVI sont plébiscités par les téléspectateurs de Belgique francophone. Fort d'une part d'audience totale de 43,7 pour cent, le journal de la mi-journée est resté en tête tous les jours de l'année en 2009. Le principal JT *Le Journal* était, quant à lui, numéro un tous les soirs à l'exception de quatre soirées et a enregistré une part d'audience moyenne totale de 46,6 pour cent. Il devance ainsi de 14,5 points son concurrent direct diffusé par la chaîne publique La Une. RTL-TVI a également rassemblé de nombreux téléspectateurs avec ses magazines d'information diffusés en avant-soirée tels que *Tout s'explique*, *Images à l'appui*, *Coûte que Coûte*, *Enquêtes* et l'emblématique *Place Royale*. RTL-TVI a diffusé la totalité des 10 magazines d'information les plus populaires de l'année 2009.

Au mois de janvier 2009, le docu-réalité culinaire *Un dîner presque parfait* est passé de Plug RTL à la chaîne phare RTL-TVI où l'émission a continué de séduire un public toujours plus nombreux. En moyenne, l'émission a enregistré une part d'audience de 39,6 pour cent auprès du principal groupe cible des consommateurs âgés de 18 à 54 ans. Forte de ce succès et de l'augmentation des scores d'audience obtenus par le jeu télévisé *Septante et un*, la chaîne a augmenté sa part d'audience à 31,3 pour cent sur le créneau horaire de 17h à 19h.

En prime-time, la première saison de la version belge du docu-réalité romantique *L'amour est dans le pré* a réalisé une part d'audience moyenne de 37,6 pour cent auprès des consommateurs âgés de 18 à 54 ans, devenant ainsi la deuxième émission la plus appréciée du public derrière le spectacle du comique belge François Pirette. RTL-TVI a une nouvelle fois diffusé les séries américaines contemporaines les plus appréciées du public, telles que *Desperate Housewives*, *CSI : Miami*, *Dr. House*, *CSI : NY* et *NCIS Enquêtes Spéciales*. Le jeudi soir est traditionnellement réservé à la diffusion de films et, sur cette case horaire, RTL-TVI a réalisé une part d'audience moyenne de 34,1 pour cent auprès de son principal groupe cible.

Club RTL a continué à axer sa programmation sur les émissions pour enfants en journée et sur la diffusion d'événements sportifs en soirée. La chaîne a réuni de nombreux téléspectateurs avec son émission sur le thème du football, *La Coupe*, qui suit les matchs de la Coupe de Belgique, le dessin animé humoristique *Les Simpson*, la série comique française *Caméra Café* et sa programmation de films. Club RTL a terminé l'année 2009 sur une part d'audience en prime-time de 7,1 pour cent auprès de son groupe cible principal des hommes âgés de 18 à 54 ans (2008 : 7,2 pour cent).

Plug RTL a continué à gagner des parts d'audience suite à son repositionnement et à sa nouvelle dénomination l'année dernière. La part d'audience de la chaîne en prime-time auprès des jeunes téléspectateurs âgés de 15 à 34 ans a augmenté pour atteindre 4,8 pour cent (2008 : 4,4 pour cent). Les émissions populaires de divertissement du Groupe M6 telles que *D&Co*, *Pékin Express* et *Nouvelle Star* ainsi que les rediffusions de séries américaines à succès dont *CSI: Miami*, *Lost* et *Heroes* font partie des émissions phares de la chaîne.

Selon l'enquête d'audience CIM portant sur la période de janvier à juin 2009, **Radio Contact** était en tête des stations de radio belges francophones pour la première fois depuis 2001, faisant passer sa part d'audience de 15,1 à 17,9 pour cent. Elle était suivie par **Bel RTL** qui a réalisé une part d'audience de 17,2 pour cent (2008 : 19,5 pour cent) et est restée leader du marché en termes d'audience quotidienne. Fortes d'une part d'audience totale de 35,1 pour cent, les deux stations de RTL Belgium ont fait mieux que les cinq stations de radio publiques de la RTBF (31,5 pour cent). Selon l'enquête d'audience publiée récemment pour le second semestre de l'année 2009, **Bel RTL** était une nouvelle fois leader du marché en termes de parts d'audience, avec 18,9 pour cent tandis que **Radio Contact** continuait à enregistrer d'excellents résultats, réalisant une part d'audience de 17,6 pour cent.

Nouveaux médias et activités de diversification

En 2009, le nombre de vidéos visionnées sur l'ensemble des sites Internet de RTL Belgium a fait un formidable bond de 111 pour cent et a atteint le chiffre de 27 millions de vidéos regardées. Cette croissance a été réalisée grâce, d'une part, à l'installation de nouveaux lecteurs vidéo sur l'ensemble des sites Internet offrant aux utilisateurs un accès facilité à un plus grand choix de contenus vidéo et, d'autre part, à une promotion accrue sur l'antenne des chaînes de télévision de RTL Belgium.

Le nombre quotidien de visiteurs uniques sur le site d'informations *RTLinfo.be* a augmenté de 20 pour cent d'une année sur l'autre. La plateforme de vidéo à la demande *RTL à l'infini* a également progressé en affichant une augmentation de 58 pour cent, par rapport à 2008, du nombre de vidéos commandées par les abonnés à la télévision numérique. A la fin de l'année 2009, *RTL à l'infini* a lancé *Sélection*, un service d'abonnement mensuel offrant aux téléspectateurs un accès illimité à une sélection des meilleurs programmes diffusés par les chaînes de télévision de RTL Belgium. Les abonnés bénéficient de prix nettement plus avantageux que le paiement à la séance (pay-per-view).

RTL Radio France

En millions d'euros	2009	2008	Variation en %
Chiffre d'affaires	174	189	(7,9)
EBITA ajusté	18	32	(43,8)
Coûts de restructuration	(3)	—	n.a.
EBITA	15	32	(53,1)

Résultats financiers

Alors que le marché publicitaire radio a enregistré une baisse estimée à 8,7 pour cent, le chiffre d'affaires du centre de profits de la radio française a constaté une diminution de 7,9 pour cent pour s'établir à 174 millions d'euros (2008 : 189 millions d'euros). La part nette du marché publicitaire de la famille des radios RTL en France a progressé et s'élève à 28,3 pour cent (2008 : 28,0 pour cent). L'EBITA, qui comprend les coûts de restructuration et les charges non récurrentes, se monte à 15 millions d'euros (2008 : 32 millions d'euros).

La société a récemment lancé un plan complet de réduction des coûts dont l'objectif est de réduire la base de coûts de 10 pour cent sur une période de trois ans, allant de 2009 à 2011. En 2009, les dépenses d'exploitation du centre de profits ont déjà diminué de 4 pour cent ou de 6 millions d'euros, principalement compte tenu de la baisse des frais de personnel. Au mois de décembre 2009, la société a annoncé le lancement, en 2010, d'un plan de départ volontaire non applicable aux journalistes. Ce plan pourrait conduire au départ de plus de 10 pour cent des 200 employés potentiellement concernés par le plan.

Parts d'audience

RTL Radio, RTL 2 et Fun Radio totalisent une part d'audience moyenne combinée de 19,1 pour cent, en baisse de 0,7 points par rapport à 2008. Cependant, la famille des radios de RTL a continué à devancer largement ses concurrents commerciaux directs, à savoir les familles des radio de NRJ (15,1 pour cent, en baisse de 0,8 points par rapport à 2008) et de Lagardère (14,1 pour cent, en baisse de 0,1 points par rapport à 2008).

Dans un environnement difficile qui a vu de grandes stations de radio telles qu'Europe 1 et NRJ procéder à un remodelage complet de leurs cases matinales de prime-time, la station phare **RTL Radio** a obtenu une part d'audience moyenne de 12,4 pour cent (2008 : 13,0 pour cent), ce qui en fait un leader sur le marché. RTL Radio demeure également le leader incontesté sur base des autres critères de mesure d'audience, à savoir l'audience quotidienne cumulée et la durée d'écoute.

Plusieurs émissions diffusées sur des cases horaires clés se sont à nouveau très bien comportées et ont conservé leur position de leader dont l'émission *Ca Peut Vous Arriver*, animée par Julien Courbet et l'émission culte de l'après-midi *Les Grosses Têtes*, animée par Philippe Bouvard. En termes d'audience, ces deux émissions avaient une avance de 88 pour cent sur leur concurrent le plus proche dans leur case horaire respective. L'émission d'information de RTL Radio diffusée en prime-time (07h30 à 09h30) a également conservé sa position de leader, réunissant 4 millions d'auditeurs en moyenne et réalisant ainsi une part d'audience totale de 13,9 pour cent.

RTL Radio a confirmé son statut de radio numéro un en France en continuant de proposer du contenu exclusif à ses auditeurs et en lançant également de nouveaux concepts. En plein cœur de la crise financière, RTL Radio a lancé une *Journée RTL emploi* afin de venir en aide à des personnes à la recherche d'un travail. L'émission a fourni des conseils pour aider les personnes à résoudre leurs problèmes et des offres d'emploi ont été publiées gratuitement sur le site Internet de la station. A partir du mois de septembre, l'émission a été diffusée régulièrement une fois par mois et a rapidement connu un grand succès. Entre son lancement au mois de mars 2009 et le mois de novembre 2009, le nombre d'offres d'emploi disponibles en ligne a triplé pour atteindre le chiffre de 35 000.

En 2009, RTL Radio s'est à nouveau associée à des stars internationales telles que Prince, Seal et Michael Bublé ainsi qu'à des nouveaux artistes prometteurs tels que Melody Gardot qui ont choisi de donner quelques concerts intimes dans les studios de RTL. La station s'est également associée aux concerts d'AC/DC et de Paul McCartney à l'occasion de leur retour tant attendu sur scène.

Le positionnement de **Fun Radio** en tant que radio au "Son Dancefloor" s'est révélé être une stratégie gagnante. Dans un contexte difficile pour les stations de radio musicales – qui ont perdu 3,8 points de part d'audience au cours des quatre dernières années – Fun Radio a stabilisé sa part d'audience à 3,8 pour cent. L'émission à succès du matin, animée par Manu et Virginie, réunit plus de 1,5 million d'auditeurs par jour et la station s'est imposée comme une référence sur la scène de la musique dance en ajoutant Madonna (avec laquelle NRJ avait auparavant un contrat d'exclusivité) à son portefeuille de partenariats musicaux qui comprend déjà Britney Spears, Lady Gaga, David Guetta et Beyoncé.

RTL 2, la station "pop-rock", a terminé l'année 2009 sur une part d'audience moyenne de 2,9 pour cent (2008 : 3,0 pour cent). Grâce à son émission du matin très appréciée des auditeurs, qui a enregistré sa part d'audience la plus élevée au printemps et, grâce à un mélange attrayant de nouveaux artistes tels que Jason Mraz et Renan Luce et de grosses pointures telles que U2 et Phil Collins, RTL 2 a réussi à aller à contre-courant du déclin subi par les grandes stations musicales. Au mois de décembre 2009, la station a annoncé que Calogero – chanteur français reconnu qui avait auparavant un contrat d'exclusivité avec NRJ – allait également nouer un partenariat avec RTL 2.

Nouveaux médias et activités de diversification

A la fin du mois de mai 2009, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) a accordé des licences de transmission numérique à 160 stations de radio dans trois grandes villes, à savoir Paris, Marseille et Nice. La famille des radios de RTL a obtenu une licence supplémentaire pour **RTL L'Equipe**, une joint venture détenue à 50 pour cent conjointement avec le grand quotidien sportif français *L'Equipe*. Cette station avait été lancée en octobre 2007 sous la forme d'une radio Internet consacrée au sport et à l'information. Depuis, elle a considérablement augmenté son audience en ligne, enregistrant 157 000 visiteurs uniques par mois en 2009.

Au cours de l'année, le trafic vers les sites Internet exploités par **RTL Net**, la filiale en ligne de RTL Radio, a réalisé une importante progression de 62 pour cent pour atteindre 3,4 millions de visiteurs uniques par mois (2008 : 2,1 millions de visiteurs uniques). Le site Internet de RTL Radio, *RTL.fr*, a notamment confirmé sa position de site radio numéro un en France. Avec une moyenne mensuelle de 2,5 millions de visiteurs uniques en 2009, le site a augmenté son audience de plus de 60 pour cent par rapport à 2008.

En 2009, RTL Net a également continué à développer ses activités Internet avec le lancement de quatre nouveaux sites Internet thématiques, parmi lesquels *RTLConso.fr*, un site d'aide aux consommateurs et *OnRefaitLesCours.fr* qui donne aux six millions de turfistes français des conseils pour les paris. De plus, RTL Net a lancé une nouvelle version du site *RTL2.fr*, des sites Internet mobiles WAP pour chacune des stations de radio et trois applications iPhone, celle de Fun Radio devenant d'ailleurs l'application la plus téléchargée des stations de radio françaises.

En novembre 2009, Fun Radio a étendu sa marque de CD Starfloor en créant, en partenariat avec les chaînes de télévision du Groupe M6, un grand événement dance au Palais Omnisports de Paris Bercy. Des stars telles que Shakira, Martin Solveig, Bob Sinclair et Flo-Rida ont participé à ce concert exceptionnel. La totalité des 14 000 billets disponibles a été vendue un mois avant la date du concert.

Autres secteurs

Ce secteur comprend les activités consolidées de RTL Klub (Hongrie), Alpha Media Group (Grèce), RTL Televizija (Croatie), les activités luxembourgeoises de RTL Group ainsi que UFA Sports, les activités du siège, les activités de radio en Allemagne et l'effet des participations dans Grupo Antena 3 (Espagne) et Ren TV (Russie).

RTL Klub

RTL Group détient désormais 67 pour cent des intérêts économiques dans **RTL Klub** suite à une modification de la structure d'actionariat et RTL Klub est consolidée dans les comptes 2009 depuis le 1^{er} avril 2009. Depuis cette date, la contribution au chiffre d'affaires consolidé s'est élevé à 83 millions d'euros et la contribution à l'EBITA du Groupe s'est élevée à 18 millions d'euros (participation aux résultats 2008 sur base de la mise en équivalence: 10 millions d'euros). Dans un marché de la publicité TV dont la baisse a été estimée à 17,3 pour cent, la part de marché publicitaire de la chaîne a baissé et se situe à 46,7 pour cent (2008 : 47,8 pour cent). Pour faire face à une conjoncture difficile, la société a mis en place des mesures d'austérité et a réussi à diminuer ses dépenses d'exploitation de 18 pour cent par rapport à l'année précédente.

A la fin de l'année 2009, plus de 80 pour cent des foyers hongrois avaient accès à des services multichânes – principalement en raison de l'expansion de la télévision numérique par satellite. Dans un même temps, le nombre total de chaînes en langue hongroise est passé à 82 à la fin de l'année 2009, 18 d'entre elles ayant été lancées au cours des 18 derniers mois. En raison de cette fragmentation croissante de l'audience, la part d'audience de RTL Klub en prime-time auprès du groupe cible des téléspectateurs âgés de 18 à 49 ans a reculé pour se situer à 30,7 pour cent (2008 : 32,6 pour cent). Malgré cela, la chaîne a creusé l'écart avec TV 2, son concurrent le plus proche, sur lequel elle a désormais 8,6 points d'avance (2008 : 7,9 points).

La position solide de RTL Klub repose sur la grande variété de programmes que la chaîne propose à ses téléspectateurs dont le feuilleton quotidien préféré du public *Barátok Közt* (Between Friends), le magazine à sensations *Fókusz*, l'émission quotidienne d'information *Híradó*, les séries américaines de qualité telles que *The Mentalist*, *ER*, *CSI : Miami*, *CSI : NY*, *Grey's Anatomy* sans oublier les films à gros budget. RTL Klub a enregistré son plus grand succès de l'année 2009 avec la diffusion de la deuxième saison de l'émission de recherche de jeunes talents *Csillag születik* (A Star is Born). L'émission, qui proposait un concept remanié et un nouveau jury, a atteint une part d'audience moyenne de 50,2 pour cent auprès de son groupe cible. L'émission de télé-réalité *Marry me, Dániel !*, avec en vedette le musicien excentrique Dániel Benko, figure également au nombre des programmes qui ont rencontré les faveurs du public en 2009 (part d'audience moyenne auprès des téléspectateurs âgés de 18 à 49 ans : 36,8 pour cent).

RTL Klub a été la première chaîne commerciale à rejoindre la plateforme de télévision numérique d'Antenna Hungária, Min Dig TV, étape importante pour permettre le passage au tout numérique.

A la fin du mois de septembre 2009, RTL Klub a lancé RTL Most, le premier service de télévision de rattrapage en Hongrie. Le site Internet propose les programmes nationaux de RTL Klub en haute qualité peu de temps après leur diffusion à la télévision. Entre le lancement de ce service et la fin de l'année, plus de 12 millions de vidéos long-format ont été visionnées par près de 300 000 utilisateurs inscrits.

Alpha Media Group

En décembre 2008, RTL Group avait pris le contrôle de la société audiovisuelle grecque **Alpha Media Group**. Pour faire face à la crise économique sévère (selon les estimations, le marché publicitaire TV a baissé en Grèce de 18,7 pour cent en 2009) la direction locale a mis en œuvre un plan complet de redressement pour la société, qui a débuté par une refonte complète de la grille des programmes d'Alpha TV. La chaîne s'est positionnée comme chaîne familiale mettant l'accent sur les docu-réalités et les émissions de divertissement. Dans un même temps, la chaîne a conservé ses émissions à succès telles que l'émission de divertissement du matin *Kafes me tin Eleni*, le talk-show *Pame Paketo* et l'émission satirique *Al Tsantiri Niouz* animée par Lakis Lazopoulos. Dans un deuxième temps, les dépenses d'exploitation ont été réduites considérablement au cours de l'exercice. Sans tenir compte des coûts de restructuration, les dépenses d'exploitation ont baissé de 40 millions d'euros, soit 29 pour cent par rapport à l'année dernière, suite à une réduction importante des coûts de programmation et des frais généraux. La société a également réduit ses effectifs, passant de 669 à 506 employés au cours de l'année.

La nouvelle stratégie de programmation de la chaîne a déjà porté ses fruits. Dans l'ensemble, la part d'audience moyenne d'Alpha TV auprès de son principal groupe cible de téléspectateurs âgés de 15 à 44 ans a augmenté et s'est établi à 13,7 pour cent en 2009, contre 12,5 pour cent en 2008. La chaîne a réalisé des scores d'audience particulièrement élevés avec les adaptations locales de formats internationaux à succès tels que *Un dîner presque parfait*, *Cauchemar en cuisine* et *L'amour est dans le pré*. En access prime-time, *Un dîner presque parfait* est devenue l'émission la plus regardée sur sa case horaire, enregistrant une part d'audience moyenne de 25,1 pour cent auprès des téléspectateurs âgés de 15 à 44 ans depuis son lancement le 30 mars 2009. En prime-time, l'émission satirique *Al Tsantiri Niouz* demeure l'émission qui a rencontré le plus de succès, tant pour la chaîne et que sur le marché, enregistrant une part d'audience moyenne de 52,4 pour cent auprès de son groupe cible en 2009. Au quatrième trimestre de l'année 2009, la part d'audience moyenne d'Alpha TV auprès des jeunes téléspectateurs est passée à 15,1 pour cent, ce qui représente une amélioration de 2,6 points par rapport au quatrième trimestre de l'année 2008. En prime-time, l'amélioration était encore plus remarquable : plus 7,2 points, soit une part d'audience de 18,1 pour cent auprès des jeunes téléspectateurs.

En dépit d'un chiffre affaires en baisse sensible, à 70 millions d'euros – soit une baisse de 28,3 pour cent sur une base pro-forma – la société a été en mesure d'atteindre un meilleur résultat qu'en 2008, grâce à ses efforts pour réduire les coûts. La perte d'EBITA s'est élevée à moins 34 millions d'euros en tenant compte de coûts de restructuration pour un montant de 6 millions d'euros. Ce chiffre est à comparer à une perte d'EBITA pro-forma de 41 millions d'euros en 2008. En 2010, la société fonctionnera avec une base de coûts nettement réduite.

RTL Televizija

En Croatie, dans un marché publicitaire TV dont la baisse a été estimée à 19,1 pour cent, le chiffre d'affaires de **RTL Televizija** a baissé de 18,0 pour cent pour s'établir à 41 millions d'euros (2008 : 50 millions d'euros). Par conséquent, la part nette du marché publicitaire de la chaîne a progressé pour s'établir à 42,5 pour cent (2008 : 41,4 pour cent). La perte d'EBITA s'est élevée à 3 millions d'euros (2008 : EBITA positif de 2 millions d'euros) suite à la baisse des revenus publicitaires. Si l'on exclut l'investissement important réalisé pour la diffusion de la Coupe du Monde de handball en janvier 2009, les dépenses d'exploitation de la société ont diminué de 6 millions d'euros, soit 12 pour cent.

Sur une période de deux semaines au mois de janvier 2009, RTL Televizija a retransmis plus de 70 heures de programmes liés à la Coupe du Monde de handball dont 27 matchs en direct. La finale entre la Croatie et la France a été le programme le plus regardé par les téléspectateurs âgés de 18 à 49 ans depuis que les mesures d'audience existent en Croatie, réunissant 81,3 pour cent des téléspectateurs dans cette catégorie et 74,9 pour cent de l'ensemble des téléspectateurs.

En 2009, RTL Televizija a conservé sa position de leader sur le marché auprès du principal groupe cible des téléspectateurs âgés de 18 à 49 ans, à la fois pour les programmes diffusés en prime-time et sur l'ensemble de la grille des programmes de la journée. Si la part d'audience moyenne de la chaîne a progressé en prime-time – de 0,3 points pour atteindre 28,0 pour cent, sa part d'audience sur l'ensemble de la journée a affiché un léger recul et atteint 26,2 pour cent (2008 : 26,4 pour cent).

La chaîne a enregistré des parts d'audience élevées dans tous les genres de programmes. La version croate de l'émission à succès *Idols – Hrvatska traži zvijezdu* – a enregistré une part d'audience moyenne de 32,1 pour cent auprès des jeunes téléspectateurs, tandis que des séries documentaires telles que *Ljubav je na selu* (L'amour est dans le pré) et *Jezikova Juha* (Cauchemar en cuisine) ont également rencontré un très fort succès. Les dix séries préférées des téléspectateurs âgés de 18 à 49 ans sur la case horaire du prime-time ont été diffusées par RTL Televizija dont *Desperate Housewives*, *Grey's Anatomy*, *Mentalist*, *Bones* et *CSI : Miami*. Les films restent également une composante fondamentale de la grille des programmes de RTL Televizija. La chaîne a diffusé l'ensemble des dix films les plus regardés de la télévision croate en 2009. Le principal journal télévisé de la chaîne, *Vijesti*, a obtenu une part d'audience moyenne de 33,7 pour cent auprès des jeunes téléspectateurs.

La société a développé RTL Plus, une chaîne de la seconde chance, qui permet aux téléspectateurs de voir des émissions de divertissement locales et des séries américaines déjà diffusées sur RTL Televizija. RTL Plus est disponible par l'intermédiaire des services de IPTV en Croatie et fait partie d'une offre sur le câble et via IPTV, destinée aux expatriés croates installés aux Etats-Unis, au Canada et en Australie.

RTL Lëtzebuerg et BCE

En 2009, **RTL Lëtzebuerg** a fêté un triple anniversaire : un demi-siècle de radio avec RTL Radio Lëtzebuerg, 40 ans de télévision avec RTL Télé Lëtzebuerg et 15 ans de présence sur Internet. Cumulés, les trois médias de RTL Lëtzebuerg affichent une audience journalière impressionnante de 76,5 pour cent des Luxembourgeois âgés de 12 ans et plus (2008 : 73,6 pour cent).

RTL Radio Lëtzebuerg demeure la station luxembourgeoise de référence, à la fois en matière d'information et de divertissement : 189 000 auditeurs choisissent sa fréquence tous les jours (2008 : 181 000 auditeurs ; du lundi au vendredi). La part d'audience de la station (auditeurs de 12 ans et plus, du lundi au vendredi de 5h à minuit) a été de 67 pour cent (2008 : 69 pour cent). RTL Télé Lëtzebuerg a réalisé une part d'audience en prime-time de 53 pour cent (téléspectateurs âgés de 12 ans et plus, case horaire du lundi au vendredi de 19h à 20h), contre 56 pour cent en 2008. RTL Télé Lëtzebuerg a lancé plusieurs nouveaux formats pour la saison 2009/2010 dont le magazine de coaching *Behuel dech!* consacré à l'apprentissage des bonnes manières, l'émission culinaire *RTL Kichen – Kachduell* et le nouveau magazine scientifique *PISA de Wëssensmagazin*, en collaboration avec M6 en France et RTL-TVI en Belgique.

BCE, le prestataire de services techniques de RTL Group à Luxembourg, a poursuivi l'expansion de Movie2Me, son réseau de distribution informatique par l'intermédiaire d'interfaces Web sécurisées. Movie2Me fonctionne à la fois comme un serveur de distribution de masse et une plateforme à la demande, liant les chaînes de télévision à de grands distributeurs de contenu. RTL Televizija, FremantleMedia et Alpha TV ont toutes les trois commencé à utiliser ce service au cours de l'année 2009. BCE a élaboré un nouvel habillage d'antenne pour RTL Télé Lëtzebuerg et réalisé un film promotionnel pour la présence du Luxembourg à l'exposition universelle 2010 à Shanghai.

La société a installé une infrastructure de diffusion multichaînes pour Viasat comprenant une plateforme complète de reprise après sinistre ainsi qu'une infrastructure de numérisation pour le Parlement européen. BCE a procédé à la modernisation du système de la salle des journaux de RTL Televizija et de l'infrastructure de diffusion de RTL Nederland pour le lancement de la chaîne numérique RTL Lounge et la diffusion en haute définition de RTL 7 et RTL 8. La société a également lancé la diffusion de deux chaînes supplémentaires pour Nova TV en Bulgarie, fourni des services de numérisation à RTL Radio et TF6 en France ainsi qu'aux archives vidéo du Parlement européen.

RTL Radio Deutschland

Au cours d'une nouvelle année difficile pour le marché de la radio en Allemagne, les recettes publicitaires baissant pour la deuxième année consécutive, **RTL Radio Deutschland** – la société holding des activités de radio de RTL Group en Allemagne – a dégagé un EBITA de 6 millions d'euros (2008 : 8 millions d'euros).

La radio 104.6 RTL a de nouveau occupé la première place sur le marché très concurrentiel de la radio à Berlin et Brandenburg auprès de son groupe cible d'auditeurs âgés de 14 à 49 ans avec une part d'audience de 15,1 pour cent (2008 : 12,8 pour cent). Hit-Radio Antenne Niedersachsen a augmenté de façon considérable sa part d'audience pour la cinquième fois consécutive selon une enquête d'audience, pour atteindre 15,7 pour cent (2008 : 13,4 pour cent). Antenne Bayern demeure l'une des stations de radio les plus écoutées en Allemagne avec une audience moyenne de plus d'un million d'auditeurs par heure.

RTL Radio Deutschland a cédé sa participation de 25,44 pour cent dans Antenne MV en 2009. A la fin de l'année, le pôle des radios allemandes de RTL Group détenait des participations dans 19 stations, participations principalement minoritaires en raison des contraintes réglementaires en vigueur en Allemagne. L'ensemble des stations comprises dans ce portefeuille a attiré 27,2 millions d'auditeurs par jour et totalise une audience moyenne cumulée de près de cinq millions d'auditeurs par heure.

Suite à son nouveau lancement en 2008, l'agence de marketing sportif **UFA Sports** a conclu plusieurs accords importants en 2009. Au mois de mai, l'agence a signé un partenariat de 10 ans avec le club de football historique FC St Pauli. UFA Sports fournira des services marketing, de publicité et d'accueil à ce club de 2^e division situé à Hambourg. La société lui fournira également des conseils en matière de planification et du financement du stade. Au mois de juin, l'association allemande de football (Deutscher Fußball Bund, DFB) a accordé à UFA Sports les droits de télévision et les droits médiatiques pour l'Allemagne pour les matchs internationaux disputés par les équipes d'Allemagne junior sur les deux années à venir. En octobre, la société a conclu un accord de marketing portant sur plusieurs domaines avec l'association slovaque de football (Slovenský futbalový zväz, SFZ) et la première ligue de football de Slovaquie.

Résultats des participations en Espagne et en Russie :

Grupo Antena 3

Le marché publicitaire TV en Espagne a été, de tous les marchés où RTL Group est présent en Europe, celui le plus touché par la récession, enregistrant une baisse estimée à 23,2 pour cent. Grupo Antena 3 a réussi à obtenir de meilleurs résultats que le marché : les recettes publicitaires de la société ont baissé de 15,5 pour cent. Par conséquent, la part nette du marché publicitaire de la chaîne a progressé pour atteindre 26,0 pour cent (2008 : 23,2 pour cent). Suite à l'entrée en vigueur d'une nouvelle loi sur les médias, les chaînes publiques ne diffusent plus de publicité depuis le 1^{er} janvier 2010.

Le chiffre d'affaires consolidé de Grupo Antena 3 a baissé de 15,5 pour cent et s'élève à 704 millions (2008 : 833 millions d'euros), tandis que les bénéfices d'exploitation (EBITDA) ont diminué pour s'établir à 81 millions d'euros (2008 : 164 millions d'euros). Le bénéfice net a également baissé à 61 millions d'euros (2008 : 91 millions d'euros). Les dépenses d'exploitation de Grupo Antena 3 ont baissé de 7 pour cent en 2009. La contribution au résultat de RTL Group, à travers la mise en équivalence, s'établit à 13 millions d'euros (2008 : 19 millions d'euros).

En 2009, **Antena 3**, la chaîne principale, est devenue le leader du marché auprès du groupe cible des téléspectateurs âgés de 16 à 54 ans, réalisant une part d'audience de 15,4 pour cent (2008 : 16,8 pour cent). Dans un même temps, la part d'audience de son principal concurrent commercial, Telecinco, a perdu 3,9 points pour s'établir à 15,3 pour cent. Antena 3 a diffusé le programme le plus regardé de l'année 2009 en Espagne, la finale de la Ligue des Champions entre le FC Barcelone et Manchester United. En moyenne, 11,3 millions de téléspectateurs étaient devant leur poste pour cet événement, ce qui a permis à la chaîne d'enregistrer une part d'audience totale de 61,7 pour cent.

Antena Neox and Antena Nova ont conforté leurs positions de leaders parmi les chaînes numériques espagnoles. Antena Neox et Antena Nova ont enregistré respectivement une part d'audience totale de 3,1 pour cent et 1,8 pour cent auprès des foyers qui reçoivent uniquement la télévision numérique.

La famille des chaînes de Grupo Antena 3 était également en tête avec une part d'audience combinée de 17,6 pour cent (2008 : 17,9 pour cent) auprès du groupe cible, devant les familles de Telecinco (16,7 pour cent) et de Grupo Sogecable (11,3 pour cent).

Les deux stations de radio de Grupo Antena 3 – **Onda Cero** (station généraliste) et **Europa-FM** (station diffusant des chansons à succès) – ont continué à améliorer leurs indices d'écoute en 2009. D'après les dernières mesures d'audience, Onda Cero est la station de radio numéro 2 en Espagne et compte plus de 2 millions d'auditeurs.

La participation de RTL Group dans Grupo Antena 3 a légèrement augmenté et est passée à 21,6 pour cent en 2009.

Ren TV

En Russie, RTL Group détient une part de 30 pour cent dans **Ren TV**. Après des années de croissance à deux chiffres, le marché publicitaire TV a enregistré une baisse notable en Russie en 2009, estimée à 21,0 pour cent en devise locale. Ren TV a terminé l'année sur une part de marché publicitaire estimée à 4,7 pour cent (2008 : 5,3 pour cent). La chaîne a fait face au ralentissement économique en mettant en œuvre un programme complet de réduction des coûts. En 2009, les dépenses d'exploitation en devise locale ont baissé de 18 pour cent par rapport à l'année dernière. La part de RTL Group dans les résultats de Ren TV a été de 0 million d'euros (2008 : 4 millions d'euros) suite à la chute importante des revenus publicitaires.

Le principal groupe cible de la chaîne se compose des hommes âgés de 30 à 45 ans. Par conséquent, la plupart des émissions diffusées en prime-time leur est particulièrement destinée, notamment la série créée par Ren TV *Soldaty (Soldats)*, la série dramatique judiciaire *Chas Suda (L'heure du procès)*, l'émission hebdomadaire *Voennaya tayna (Secret de Guerre)* et les émissions comiques et concerts présentés par Mikhail Zadornov. Ren TV est également une chaîne généraliste qui propose des programmes variés tels que l'adaptation russe du format international à succès *Un dîner presque parfait*. La chaîne assure également la promotion de ses émissions d'information primées qui permettent à Ren TV de se démarquer clairement de ses principaux concurrents STS et TNT.

Parmi elles, citons notamment les documentaires, le magazine quotidien d'information *24* et le programme de décryptage *Nedelya s Mariannoy Maksimovskoy (La semaine vue par Marianna Maksimovskaya)* célèbre pour ses points de vue indépendants. Ren TV a acquis la réputation d'être une chaîne d'envergure nationale en Russie et d'appliquer une politique rédactionnelle indépendante.

La part d'audience de la chaîne auprès des téléspectateurs âgés de 18 à 54 ans a augmenté pour atteindre 5,8 pour cent (2008 : 5,4 pour cent).

Principaux mouvements du portefeuille de participations

Le 20 février 2009, le Groupe a acquis 75 pour cent de Original FMM LLC, une société basée à Burbank qui produit des émissions de télé-réalité diffusées aux Etats-Unis mais aussi dans de nombreux autres pays. Le Groupe a accordé une option de vente à prix variable aux dirigeants de cette société pour les 25 pour cent restants. La juste valeur de l'option est présentée en dettes.

Lors de l'assemblée extraordinaire des actionnaires tenue le 20 mars 2009, les actionnaires de M-RTL Zrt, ("M-RTL") ont donné leur aval pour les transferts d'actions, en particulier, pour le transfert de 20 pour cent des titres M-RTL détenus par Pearson Netherlands BV ("PNBV") vers KOS Beteiligungs- und Verwaltungsgesellschaft mbH ("KOS"). En conséquence, le litige entre les actionnaires qui avait été introduit auprès d'une cour arbitrale entre PNBV, IKO-Telekom Média Holding Rrt, (n/k/a IKO Média Holding Zrt,) et M-RTL en décembre 2006, a donc été réglé. A la suite du transfert des titres M-RTL de PNBV à KOS, les pourcentages de vote et économiques de détention se répartissaient comme suit : RTL Group (49 pour cent), IKO-Telekom Média Holding Zrt (31 pour cent), et KOS (20 pour cent).

En raison de pactes entre les actionnaires datés du 20 mars 2009, RTL Group a la capacité, en pratique, de contrôler M-RTL, sans nécessiter l'acquisition d'actions supplémentaires et donc, a intégré globalement M-RTL depuis le 1^{er} avril 2009. Jusqu'à cette date, M-RTL était comptabilisé selon la méthode de la mise en équivalence.

Le 26 juin 2009, RTL Group a acquis de KOS des actions sans droit de vote de M-RTL, représentant un intérêt économique de 18 pour cent pour un prix total de 41 millions d'euros. RTL Group détient donc actuellement un intérêt économique de 67 pour cent dans M-RTL, avec 49 pour cent de droits de vote. Cette acquisition supplémentaire d'actions d'une société déjà intégrée globalement a été comptabilisée comme une transaction sur capitaux propres et n'a donc pas donné lieu à un enregistrement de goodwill.

Quote-part de résultat dans des entreprises associées**EBITA**

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008	Variation en %
- Antena 3	13	19	(31,6)
- RTL II	9	12	(25,0)
- Ren TV	-	4	n.a.
- RTL Klub (du 1 ^{er} janvier au 31 mars en 2009)	(2)	10	n.a.
Autres	5	(11)	n.a.
Total	25	34	(26,5)

La contribution des entreprises associées a diminué pour s'établir à 25 millions d'euros (2008 : 34 millions d'euros). Cette baisse résulte essentiellement de la faiblesse des résultats d'Antena 3 ainsi que du changement de méthode appliquée à RTL Klub au 1^{er} avril 2009 (mise en équivalence puis intégrée globalement).

Produits / (charges) d'intérêts, net et autres résultats financiers

Les charges d'intérêts nettes s'élèvent à 12 millions d'euros (2008 : produits d'intérêts nets de 21 millions d'euros). Cette baisse est principalement liée à des taux de rémunération réduits sur la position de trésorerie du Groupe suite à une baisse des taux d'intérêts sur l'exercice 2009.

Les autres résultats financiers incluent des pertes de valeur sur actifs financiers et des ajustements de juste valeur sur dérivés incorporés et options de vente.

Amortissement et ajustements de juste valeur sur acquisitions de filiales, joint ventures et entreprises associées

Ce poste comprend les charges relatives à l'amortissement des ajustements de justes valeurs dégagées lors des acquisitions de Five, M6 et, à un moindre niveau, Radio 538 et Alpha Media Group.

Les actifs intangibles identifiés lors de la prise de contrôle des groupes Five et Alpha Media, comptabilisés à leurs justes valeurs, ont été dépréciés pour un montant total de 18 millions d'euros (respectivement 14 millions d'euros et 4 millions d'euros).

Perte de valeur sur goodwill et groupe destiné à être cédé

Une perte de valeur sur goodwill et groupe destiné à être cédé a été constatée pour un montant de 211 millions d'euros. Cette perte de valeur qui affecte principalement les valeurs comptables des activités TV du Groupe au Royaume-Uni et en Grèce ainsi qu'une entreprise associée est, en grande partie, liée à la baisse des marchés publicitaires qui a été plus forte que prévue.

Au Royaume-Uni, en plus de la dépréciation des ajustements de justes valeurs (14 millions d'euros), une perte de valeur de 140 millions d'euros a été constatée sur la valeur comptable des actifs de Five Group. Cette perte de valeur reflète la baisse du marché publicitaire mais aussi de la part de marché de Five. Durant le premier semestre 2009, le modèle de la juste valeur diminuée des coûts de vente a été retenu en appliquant un taux d'actualisation de 8,4 pour cent (décembre 2008 : 9,2 pour cent). Sur cette base et tenant compte des projections révisées de flux de trésorerie, la perte de valeur a été entièrement allouée au goodwill qui a, par conséquent, été réduit à zéro.

En Grèce, en plus de la dépréciation des ajustements de justes valeurs (4 millions d'euros), une perte de valeur de 66 millions d'euros a été constatée sur la valeur comptable des actifs d'Alpha Media Group. Le marché publicitaire grec, bien plus faible que celui retenu dans le business plan initial, a conduit à une situation de rentabilité amoindrie en dépit du programme de réduction de coûts mis en place incluant un premier plan de départs volontaires. Durant le premier semestre 2009, le modèle de la juste valeur diminuée des coûts de vente a été retenu, tenant compte des dépenses et des bénéfices liés au plan de restructuration mis en place et sur base d'un taux d'actualisation de 9,5 pour cent.

Résultat sur cession de filiales, joint-ventures et autres titres de participation

Aucun résultat net sur cessions de filiales, joint-ventures et autres titres de participation n'a été constaté en 2009 (2008 : perte nette de 9 millions d'euros résultant principalement de la vente de RTL Shop).

Impôt sur le résultat

En 2009, la charge d'impôt a été de 220 millions d'euros (2008 : 232 millions d'euros).

Suite à l'accord d'intégration fiscale qui a été approuvé par le Conseil d'administration le 26 juin 2008 (voir la section "Transactions avec les parties liées"), une commission de 45 millions d'euros, représentant 50 pour cent du bénéfice fiscal réalisé par Bertelsmann AG, a été enregistrée en réduction de la charge fiscale de l'année (2008 : 61 millions d'euro).

Un nouvel examen détaillé des conditions justifiant l'enregistrement d'actifs d'impôts différés au niveau du Groupe a été conduit. Suite à cette revue, l'entière des actifs d'impôts différés reconnus initialement en 2007 à Luxembourg a été extournée, à hauteur de 40 millions d'euros.

Résultat de l'exercice attribuable aux actionnaires de RTL Group

Le résultat de l'exercice attribuable aux actionnaires de RTL Group s'élève à 205 millions d'euros (2008 : 194 millions d'euros).

Résultat par action

Le résultat par action, calculé sur la base de 153 618 853 actions est de 1,33 euro par action (2008 : 1,26 euro par action). Le résultat corrigé par action, après prise en compte de la charge d'amortissement des ajustements de juste valeur sur acquisitions et de pertes de valeur sur goodwill, du résultat sur cession de filiales, joint ventures et autres titres de participation, net d'impôt et d'éléments fiscaux non récurrents, a diminué de 26,4 pour cent à 2,85 euros par action (2008 : 3,87 euros).

Actions propres

Le capital social de RTL Group, d'un montant de 191 900 551 euros, est divisé en 154 787 554 actions, entièrement libérées et sans désignation de valeur nominale.

RTL Group détient directement et indirectement 0,76 pour cent (2008 : 0,76 pour cent) du nombre total d'actions RTL Group.

Position de trésorerie nette

La position de trésorerie nette consolidée au 31 décembre 2009 est de 789 millions d'euros (2008 : 876 millions d'euros). Le Groupe a généré des flux de trésorerie significatifs avec un taux de conversion de l'EBITA en flux de trésorerie de 106 pour cent (2008 : 114 pour cent).

Position de trésorerie nette		
<i>En millions d'euros</i>	31 décembre 2009	31 décembre 2008
Dette brute au bilan	(156)	(111)
Moins: prêts ¹⁴	2	2
Dette financière brute	(154)	(109)
Plus: trésorerie	395	383
Plus : valeurs mobilières de placement et investissements à court terme	6	-
Plus: dépôt courant	542	602
Position de trésorerie nette¹⁵	789	876

Transactions avec parties liéesFinancement

Au 31 décembre 2009, RTL Group a différents dépôts auprès de Bertelsmann AG ("overnight" et jusqu'à 3 mois) pour un montant de 539 millions d'euros (2008 : 602 millions d'euros). Ces dépôts sont rémunérés au taux EONIA ou EURIBOR plus 10 points de base en fonction de la durée du dépôt. Le dépôt "overnight" a été renouvelé par la suite. Le total des intérêts constatés en produit au titre de ces dépôts s'élève à 7 millions d'euros en 2009 (2008 : 23 millions d'euros). Au 31 décembre 2009, le Groupe a également un dépôt de 3 millions d'euros auprès de Bertelsmann Inc.

Bertelsmann AG a accordé à RTL Group, en garantie du remboursement, un gage sur la totalité des actions de sa filiale française détenue à 100 pour cent, Média Communication SAS et de sa filiale espagnole détenue à 100 pour cent, Media Finance Holding SL.

En octobre 2008, Bertelsmann AG a accordé à RTL Group un gage complémentaire sur ses intérêts (73,4 pour cent) dans sa filiale allemande Gruner & Jahr AG Co KG.

En novembre 2008, Bertelsmann AG a accordé à RTL Group un gage complémentaire sur la totalité des actions de sa filiale anglaise détenue à 100 pour cent, Bertelsmann UK Limited.

Le montant total du dépôt ne doit pas excéder 60 pour cent de la juste valeur des actifs gagés qui sont réévalués régulièrement.

¹⁴ Prêts TCM (via Groupe M6)

¹⁵ Dont 83 millions d'euros détenus par Groupe M6 (2008: 36 millions d'euros)

Fiscalité

Le 26 juin 2008, le Conseil d'administration de RTL Group a décidé de mettre en place une intégration fiscale entre sa filiale, détenue indirectement, RTL Group Deutschland GmbH ("RGD") et Bertelsmann Capital Holding GmbH ("BCH"), une filiale directement détenue par Bertelsmann AG.

A cet effet, RTL Group, via RGD, a conclu un accord d'intégration fiscale ("Profit and Loss Pooling Agreement" ou "PLP Agreement") avec BCH pour une période de six ans à compter du 1er janvier 2008. En parallèle, Bertelsmann AG a conclu un accord de compensation ("Compensation Agreement") avec CLT-UFA, une filiale directe de RTL Group, prévoyant le paiement à CLT-UFA d'une compensation pour le transfert de bénéfice mentionné ci-dessus et d'une commission supplémentaire ("la Commission") correspondant à 50 pour cent de l'économie d'impôt calculée sur base du bénéfice imposable de RGD.

Via ces accords, à partir du 1er janvier 2008, Bertelsmann AG et le sous-groupe RGD de RTL Group sont considérés comme une seule entité d'un point de vue fiscal en Allemagne.

Comme le "PLP Agreement" ne donne pas autorité à BCH d'instruire ou de contrôler RGD, il n'affecte pas la capacité de RTL Group, ni celle de RGD à gérer leurs activités, ni leur responsabilité d'optimiser leurs structures fiscales comme ils l'entendent. Après six ans, tant le "PLP Agreement" que le "Compensation Agreement" sont renouvelables annuellement, RGD et CLT-UFA peuvent demander à mettre fin de façon anticipée au "PLP Agreement" et au "Compensation Agreement" sous certaines conditions.

En l'absence de traitement spécifique recommandé par les Normes internationales d'information financière (IFRS), RTL Group a choisi de reconnaître en impôt exigible sur le revenu et liés au sous-groupe de RGD, les montants payables à Bertelsmann AG et BCH suite à l'accord d'intégration fiscale et à l'accord de compensation décrits ci-dessus. Les impôts différés, calculés sur la base d'un taux d'impôt qui a été entériné, continuent à être reconnus dans les comptes consolidés en fonction des bénéfices futurs du Groupe sur lesquels ils pourront être imputés. La Commission, économiquement et contractuellement étroitement liée à la compensation, est enregistrée comme une réduction de l'impôt exigible sur base des accords.

Ces accords ont eu pour effet d'augmenter le bénéfice net. Au 31 décembre 2009, le solde payable à BCH s'élève à 368 millions d'euros (2008 : 298 millions d'euros) et le solde à recevoir de Bertelsmann AG s'élève à 323 millions d'euros (2008 : 237 millions d'euros).

La commission reçue par CLT-UFA, filiale directe de RTL Group, s'élève en 2009 à 45 millions d'euros (2008 : 61 millions d'euros).

La cession de crédits d'impôt au Royaume-Uni par Five Group et FremantleMedia Group à Bertelsmann Group a engendré un produit d'impôt de 9 millions d'euros (2008 : 7 millions d'euros).

Plan d'intéressement au capital

Le 25 juillet 2000, RTL Group a mis en place un plan d'option sur actions pour certains directeurs et employés du Groupe. Selon les termes du plan, le prix qui doit être payé par les participants pour exercer les options correspond à la valeur de marché des actions au moment où l'option est attribuée. La valeur de marché est définie comme étant la moyenne des prix de clôture à la Bourse de Bruxelles pendant les 20 jours précédant l'attribution de l'option, ou à un prix supérieur ou inférieur, tel que déterminé par le Conseil d'administration. Chaque tiers du nombre total des options est exerçable à la deuxième, troisième et quatrième date d'anniversaire de la date d'attribution des options qui doivent être exercées dans un délai maximum de 10 ans. Le nombre total d'options attribuées et acceptées par les bénéficiaires fin 2009 était de 124 800 (2008 : 129 550).

Litiges significatifs

RTL Group est impliqué dans un litige entre plusieurs actionnaires minoritaires d'une part et Bertelsmann et GBL d'autre part, suite à l'acquisition par Bertelsmann des actions RTL Group précédemment détenues par GBL. Le 8 juillet 2003, le Tribunal d'arrondissement de Luxembourg a rejeté la demande des actionnaires minoritaires qui ont alors interjeté appel.

En septembre 2002, les actionnaires minoritaires ont intenté une action judiciaire contre RTL Group, ses administrateurs, Bertelsmann, BWTV et WAZ au titre du volume d'actions en "free float". Cette action tendait à obliger RTL Group à augmenter le nombre d'actions en "free float" et à empêcher les autres parties défenderesses de procéder à des achats additionnels d'actions RTL Group.

Les actionnaires minoritaires contestent également la décision prise par RTL Group de procéder au retrait de la cotation de ses actions à la Bourse de Londres. Le 31 décembre 2002, la Cour d'appel de Luxembourg, siégeant en référé, a confirmé une ordonnance de référé du 25 octobre 2002, qui déclarait la demande irrecevable. Le retrait de la cotation des actions RTL Group à la Bourse de Londres a pris effet le 31 décembre 2002. Suite au retrait de la cotation, les actionnaires minoritaires ont demandé au Tribunal d'arrondissement de Luxembourg d'ordonner la réinscription de la cotation des actions à la Bourse de Londres. Le 30 mars 2004, le Tribunal d'arrondissement de Luxembourg a décidé de joindre ces deux litiges ("free float" et retrait de la cotation) et a rejeté les demandes des actionnaires minoritaires, qui ont alors interjeté appel.

Le 12 juillet 2006, la Cour d'appel de Luxembourg a décidé de joindre les demandes ("swap", "free float" et retrait de la cotation) et a confirmé les décisions prises en première instance. Les actionnaires minoritaires ont décidé de se pourvoir en cassation. Ce pourvoi est cependant limité à certains éléments relatifs à la première demande des actionnaires minoritaires n'impliquant pas RTL Group, mais liée à l'acquisition par Bertelsmann des titres RTL Group préalablement détenus par GBL.

Le 21 février 2008, la Cour de cassation de Luxembourg a décidé de renvoyer l'affaire, à titre préjudiciel, devant la Cour de justice des Communautés européennes. Dans son arrêt du 15 octobre 2009, la Cour de justice des Communautés européennes a dit pour droit que le droit communautaire ne contient pas de principe général de droit selon lequel les actionnaires minoritaires sont protégés par l'obligation de l'actionnaire dominant acquérant ou exerçant le contrôle d'une société d'offrir à ceux-ci de racheter leurs actions aux mêmes conditions que celles convenues lors de l'acquisition d'une participation conférant ou renforçant le contrôle de l'actionnaire dominant.

L'affaire est à présent de retour devant la Cour de cassation de Luxembourg. Cette dernière est liée par la décision prise par la Cour de justice des Communautés européennes. Une décision finale de la Cour de cassation est attendue au cours du premier semestre 2010.

RTL Group considère que, la conclusion de ce litige, quelle qu'elle soit, ne devrait pas avoir d'impact direct sur le Groupe, car celui-ci n'a pas pris part à la transaction ("swap") et son implication s'est limitée à acter le transfert d'actions dans le registre des actionnaires.

Le Procureur public des Pays-Bas a conduit en automne 2007 des enquêtes criminelles à l'encontre, entre autres, de RTL Nederland, au motif que ces sociétés ont enfreint, en 2006 et 2007, la loi sur les jeux de hasard : ces sociétés auraient offert la possibilité de participer à des jeux téléphoniques sans avoir les autorisations nécessaires et auraient fait la promotion de tels jeux en infraction avec les conditions prescrites par le code de conduite sur les jeux de hasard promotionnels. Le Procureur public avait annoncé qu'il entendait entamer des poursuites judiciaires. Dans le cadre de ces procédures, le Procureur public pouvait demander que soient prises des sanctions pénales ainsi que la confiscation des profits prétendus illégalement perçus par ces activités. Le 2 novembre 2009, RTL Nederland et le Procureur public ont mis fin au litige moyennant un arrangement à l'amiable. Les enquêtes criminelles et demandes de remboursement des profits obtenus de manière illicite ont été abandonnées contre un paiement de 9 080 000 euros par RTL Nederland.

RTL Group et certaines de ses filiales néerlandaises ont été assignés pour dommages pécuniaires par Talpa Media Nederland BV and Talpa Holding NV devant l'Institut d'Arbitrage Néerlandais, en relation avec le regroupement d'entreprises opéré en 2007 entre Talpa et RTL aux Pays-Bas. RTL Group ne croit pas au bien fondé de la plainte de Talpa. Une décision arbitrale finale est attendue dans le courant de l'année 2011.

Le Conseil d'administration de RTL Group n'a pas connaissance d'autres litiges significatifs.

Principaux risques et incertitudes

Les principaux risques et incertitudes sont présentés en note 3 des états financiers consolidés pour la partie des risques d'ordre financier (pages 73 à 82) et en section "Corporate Governance" pour celle relative aux risques externes et de marché (pages 64 et 65 du Annual Report 2009).

Affectation du résultat (RTL Group SA) ¹⁶

Les comptes annuels de RTL Group SA font apparaître une perte pour l'exercice 2009 de 42 642 454 euros (2008 : profit de 113 064 016 euros). En tenant compte des résultats reportés au 31 décembre 2009, soit 524 740 602 euros, de la prime d'émission de 5 782 185 577 euros et de la perte de l'exercice de 42 642 454 euros, le montant disponible pour la distribution s'élève à 6 264 283 725 euros. Le Conseil d'administration recommande à l'Assemblée générale des actionnaires du 21 avril 2010 de distribuer un dividende brut final de 3,50 euros par action (2008 : 3,50 euros par action incluant un dividende extraordinaire par action de 2,10 euros par action).

Si l'Assemblée générale des actionnaires accepte cette proposition, RTL Group distribuera au titre de l'exercice 2009 un dividende de 541 millions d'euros.

¹⁶ Sauf mention contraire, les montants sont exprimés en euros

Perspectives

Bien que la baisse du chiffre d'affaires se soit considérablement ralentie depuis l'automne 2009, RTL Group ne s'attend pas à un retour rapide des ventes publicitaires à un niveau comparable à celui des années antérieures. Prudent, le Groupe va continuer à investir à l'occasion d'opportunités prometteuses et en s'appuyant sur la solidité de ses marques et contenus. Cela concerne les services à la demande, comme le visionnage de la télévision non linéaire progressant rapidement, les chaînes numériques payantes qui permettent de générer une deuxième source de revenus, la production de contenus et la vaste palette d'activités de diversification du Groupe.

Le 10 mars 2010,

Le Conseil d'administration

Déclaration de la Direction

Nous, Gerhard Zeiler, administrateur-délégué et Elmar Heggen, directeur financier, confirmons, au mieux de notre connaissance, que les états financiers consolidés qui ont été préparés conformément aux Normes internationales d'information financière (IFRS) telles qu'adoptées par l'Union européenne, donnent une image fidèle et honnête des éléments d'actif et de passif, de la situation financière et des profits ou pertes de RTL Group et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation et que le rapport de gestion présente fidèlement l'évolution et les résultats de RTL Group et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et une description des principaux risques et incertitudes auxquels ils sont confrontés.

Luxembourg, le 10 mars 2010

Gerhard Zeiler
Administrateur-délégué

Elmar Heggen
Directeur financier



400, Route d'Esch
B.P. 1443
L-1014 Luxembourg



9, allée Scheffer
L-2520 Luxembourg

RAPPORT DES REVISEURS D'ENTREPRISES

Aux actionnaires de
RTL Group SA

Rapport des Réviseurs d'Entreprises sur les états financiers consolidés

Nous avons effectué l'audit des états financiers consolidés de RTL Group SA et de ses filiales ("le Groupe"), comprenant l'état de situation financière consolidée au 31 décembre 2009, ainsi que le compte de résultat consolidé, l'état du résultat global consolidé, l'état des variations de capitaux propres consolidés et le tableau des flux de trésorerie consolidé pour l'exercice clos à cette date, et l'annexe contenant un résumé des principales méthodes comptables et d'autres notes explicatives, présentés aux pages 48 à 149.

Responsabilité du Conseil d'Administration dans l'établissement et la présentation des états financiers consolidés

Le Conseil d'Administration est responsable de l'établissement et de la présentation sincère de ces états financiers consolidés, conformément aux Normes Internationales d'Information Financière telles qu'adoptées dans l'Union Européenne. Cette responsabilité comprend : la conception, la mise en place et le suivi d'un contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation sincère d'états financiers consolidés ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs; le choix et l'application de méthodes comptables appropriés; ainsi que la détermination d'estimations comptables raisonnables au regard des circonstances.

Responsabilité des Réviseurs d'Entreprises

Notre responsabilité est d'exprimer une opinion sur ces états financiers consolidés sur la base de notre audit. Nous avons effectué notre audit selon les Normes Internationales d'Audit telles qu'adoptées par l'Institut des Réviseurs d'Entreprises. Ces normes requièrent de notre part de nous conformer aux règles d'éthique et de planifier et réaliser l'audit pour obtenir une assurance raisonnable que les états financiers consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives.



Un audit implique la mise en œuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournies dans les états financiers consolidés. Le choix des procédures relève du jugement des Réviseurs d'Entreprises, de même que l'évaluation du risque que les états financiers consolidés contiennent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. En procédant à ces évaluations du risque, les Réviseurs d'Entreprises prennent en compte le contrôle interne en vigueur dans l'entité relatif à l'établissement et la présentation sincère des états financiers consolidés afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité de celui-ci.

Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et du caractère raisonnable des estimations comptables faites par le Conseil d'Administration, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers consolidés.

Nous estimons que les éléments probants recueillis sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Opinion

A notre avis, les états financiers consolidés présentés aux pages 48 à 149 donnent une image fidèle de la situation financière consolidée du Groupe au 31 décembre 2009, ainsi que de sa performance financière consolidée et des flux de trésorerie consolidés pour l'exercice clos à cette date, conformément aux Normes Internationales d'Information Financière telles qu'adoptées dans l'Union Européenne.

Rapport sur d'autres obligations légales ou réglementaires

Le rapport consolidé de gestion, qui relève de la responsabilité du Conseil d'Administration, est en concordance avec les états financiers consolidés.

Luxembourg, le 10 mars 2010

PricewaterhouseCoopers S.à r.l.
Réviseur d'Entreprises

KPMG Audit S.à r.l.
Réviseurs d'Entreprises

Marc Minet

Philippe Meyer



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE
pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

En millions d'euros

	Notes	2009	2008
Chiffre d'affaires	4., 6.1.	5 410	5 774
Autres produits d'exploitation		45	37
Consommation de droits audiovisuels courants		(1 842)	(2 095)
Amortissements et pertes de valeur		(191)	(161)
Autres charges d'exploitation	6.2.	(2 693)	(2 685)
Pertes de valeur sur goodwill et groupe destiné à être cédé et amortissements des ajustements de juste valeur sur acquisitions de filiales et de joint ventures	7.2., 7.10.	(246)	(395)
Résultat sur cession de filiales, joint ventures et autres titres de participation	6.3.	-	(9)
Résultat d'exploitation		483	466
Quote-part de résultat dans des entreprises associées	7.4.	25	34
Résultat avant intérêts et impôt ("EBIT")		508	500
Produits d'intérêts	6.4.	20	63
Charge d'intérêts	6.4.	(32)	(42)
Autres résultats financiers	6.5.	22	7
Résultat avant impôt		518	528
Impôt sur le résultat	6.6.	(220)	(232)
Résultat de l'exercice		298	296
Attribuable aux :			
Actionnaires de RTL Group		205	194
Intérêts minoritaires		93	102
Résultat de l'exercice		298	296
EBITA *		755	916
Pertes de valeur sur goodwill sur acquisitions de filiales et de joint ventures et groupe destiné à être cédé	7.2., 7.10.	(210)	(364)
Pertes de valeur sur goodwill sur acquisitions d'entreprises associées	7.4.	(1)	(12)
Amortissements et pertes de valeur des ajustements de juste valeur sur acquisitions de filiales et de joint ventures		(36)	(31)
Résultat sur cession de filiales, joint ventures et autres titres de participation	6.3.	-	(9)
Résultat avant intérêts et impôts ("EBIT")		508	500
Résultat par action (en euros)			
- De base	6.7.	1,33	1,26
- Dilué	6.7.	1,33	1,26

* L'EBITA correspond au résultat avant intérêts et impôt, à l'exclusion des pertes de valeur sur goodwill et groupe destiné à être cédé, des amortissements et pertes de valeur des ajustements de juste valeur sur acquisitions et du résultat sur cession de filiales, joint ventures et autres titres de participation

Les notes en annexe font partie intégrante des états financiers consolidés.



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

ETAT DE RESULTAT GLOBAL CONSOLIDE
pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

<i>En millions d'euros</i>	Notes	2009	2008
Résultat de l'exercice		298	296
Autres éléments du résultat global			
Variation des écarts de conversion		(7)	(61)
Variation de la juste valeur sur la partie efficace des instruments de couverture de flux de trésorerie		(16)	47
Impôt y relatif	7.6.	7	(9)
		(9)	38
Variation de la juste valeur des instruments de couverture de flux de trésorerie transférés en résultat		1	28
Impôt y relatif	7.6.	(1)	(6)
		-	22
Gains / (pertes) de valeur des actifs financiers disponibles à la vente	7.15.5.	15	(6)
Impôt y relatif	7.6.	-	-
		15	(6)
Gains / (pertes) actuariels sur régimes de pension à prestations définies	7.14.	(7)	4
Impôt y relatif	7.6.	2	(1)
		5	3
Quote-part de résultat dans des entreprises associées		(8)	(5)
Autres éléments du résultat global, nets d'impôt		(14)	(9)
Résultat global de l'exercice		284	287
Attribuable aux :			
Actionnaires de RTL Group		194	184
Intérêts minoritaires		90	103
Résultat global de l'exercice		284	287

Les notes en annexe font partie intégrante des états financiers consolidés.


ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIERE CONSOLIDÉE
au 31 décembre 2009

<i>En millions d'euros</i>	Notes	2009	2008*
Actifs non courants			
Programmes	7.1.	110	109
Goodwill	7.1., 7.2.	2 661	2 825
Autres actifs incorporels	7.1.	308	319
Immobilisations corporelles	7.3.	364	347
Participations dans des entreprises associées	7.4.	416	442
Prêts et autres actifs financiers	7.5.	265	589
Actifs d'impôts différés	7.6.	465	513
		4 589	5 144
Actifs courants			
Programmes et droits de diffusion	7.7.	1 147	1 137
Autres stocks		34	32
Créances d'impôts		42	105
Clients, autres débiteurs et actifs financiers	7.8.	2 486	2 154
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7.9.	395	383
Actifs détenus en vue de la vente	7.10.	23	-
		4 127	3 811
Passifs courants			
Emprunts et concours bancaires	7.11.	75	18
Dettes d'impôts		152	229
Fournisseurs et autres créditeurs	7.12.	2 164	2 108
Provisions	7.13.	183	135
Passifs directement liés aux actifs détenus en vue de la vente	7.10.	10	-
		2 584	2 490
Actifs nets courants		1 543	1 321
Passifs non courants			
Emprunts	7.11.	81	93
Fournisseurs et autres créditeurs	7.12.	332	294
Provisions	7.13.	131	121
Passifs d'impôts différés	7.6.	58	86
		602	594
Actifs nets		5 530	5 871
Capitaux propres attribuables aux actionnaires de RTL Group		4 895	5 277
Capitaux propres attribuables aux intérêts minoritaires		635	594
Capitaux propres	7.15.	5 530	5 871

* Re-présenté (voir note 1.2.1.)

Les notes en annexe font partie intégrante des états financiers consolidés.

ÉTAT DES VARIATIONS DE CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

En millions d'euros	Notes	Capital souscrit d'émission	Prime d'émission	Actions propreconversion	Ecart de conversion	Réserves de couverture	Réserves de réévaluation	Résultats reportés de RTL Group	Capitaux propres attribuables aux actionnaires minoritaires	Intérêts	Total Capitaux propres
Solde au 1 Janvier 2008		192	6 454	(44)	(122)	(59)	85	(639)	5 876	572	6 448
Résultat global total:											
- Résultat de l'exercice		-	-	-	-	-	-	194	194	102	296
- Variation des écarts de conversion	7.15.3.	-	-	-	(62)	-	-	-	(62)	1	(61)
- Variation de la juste valeur sur la partie efficace des instruments de couverture de flux de trésorerie, nette d'impôt	7.15.4	-	-	-	-	38	-	-	38	-	38
- Variation de la juste valeur des instruments de couverture de flux de trésorerie transférés en résultat, nette d'impôt	7.15.4	-	-	-	-	22	-	-	22	-	22
- Pertes de valeur des actifs financiers disponibles à la vente, nettes d'impôt	7.15.5.	-	-	-	-	-	(6)	-	(6)	-	(6)
- Gains actuariels sur régimes de pension à prestations définies, nets d'impôt		-	-	-	-	-	-	3	3	-	3
- Quote-part du résultat global dans les entreprises associées		-	-	-	(6)	1	-	-	(5)	-	(5)
Transactions avec les actionnaires :											
- Dividendes	7.15.6.	-	-	-	-	-	-	(767)	(767)	(88)	(855)
- Transactions réglées en instruments de capitaux propres, nettes d'impôt	7.15.7.	-	-	-	-	-	-	3	3	4	7
- Transactions sur intérêts minoritaires	7.15.8.	-	-	-	-	-	-	(18)	(18)	(1)	(19)
- Instruments dérivés sur éléments de capitaux propres	7.15.9.	-	-	-	-	-	-	3	3	4	7
- Transactions sur actions propres d'entreprises associées		-	-	-	-	-	-	(4)	(4)	-	(4)
Solde au 31 décembre 2008 *		192	6 454	(44)	(190)	11	79	(1 225)	5 277	594	5 871

* Re-présenté (voir note 1.2.1.)

Les notes en annexe font partie intégrante des états financiers consolidés.

En millions d'euros											
Solde au 1 Janvier 2009 *											
Notes	Capital souscrit d'émission	Prime d'émission	Actions propresconversion	Ecart de couverture réévaluation	Réserves de Résultats reportés de RTL Group	Capitaux propres attribuables aux actionnaires minoritaires	Intérêts minoritaires	Total Capitaux propres			
	192	6 454	(44)	(190)	11	79	(1 225)	5 277	594	5 871	
Résultat global total:											
- Résultat de l'exercice	-	-	-	-	-	205	93	298			
- Variation des écarts de conversion	7.15.3	-	-	(5)	-	(5)	(2)	(7)			
- Variation de la juste valeur sur la partie efficace des instruments de couverture de flux de trésorerie, nette d'impôt	7.15.4.	-	-	-	(8)	-	(1)	(9)			
- Gains de valeur des actifs financiers disponibles à la vente, nets d'impôt	7.15.5.	-	-	-	-	15	-	15			
- Pertes actuarielles sur régimes de pension à prestations définies, nettes d'impôt	-	-	-	-	-	(4)	(1)	(5)			
- Quote-part du résultat global dans les entreprises associées	-	-	-	(10)	1	-	(9)	(8)			
Transactions avec les actionnaires											
- Dividendes	7.15.6	-	-	-	-	(538)	(81)	(619)			
- Transactions réglées en instruments de capitaux propres, nettes d'impôt	7.15.7.	-	-	-	-	2	3	5			
- Prise de contrôle de M-RTL	5.2	-	-	-	3	-	26	29			
- Transactions sur intérêts minoritaires	7.15.8	-	-	-	-	(43)	1	(42)			
- Instruments dérivés sur éléments de capitaux propres	7.15.9	-	-	-	-	1	2	3			
- Transactions sur actions propres d'entreprises associées	-	-	-	-	-	(1)	-	(1)			
Solde au 31 décembre 2009											
	192	6 454	(44)	(205)	4	97	(1 603)	4 895	635	5 530	

* Re-présenté (voir note 1.2.1.)

Les notes en annexe font partie intégrante des états financiers consolidés.


TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES
pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

<i>En millions d'euros</i>	Notes	2009	2008
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles			
Résultat avant impôt		518	528
Ajustements pour :			
- amortissements		196	164
- pertes de valeur et provisions		435	532
- charges dont le paiement est fondé sur des actions réglées en instruments de capitaux propres		5	7
- résultats sur cession d'actifs		(8)	1
- résultats financiers comprenant les charges d'intérêt nettes et quote-part de résultat dans des entreprises associées		(16)	59
Utilisation de provisions	7.13.	(76)	(52)
Variation du besoin en fonds de roulement		(67)	(39)
Impôts payés		(224)	(135)
Flux de trésorerie nets provenant des activités opérationnelles		<u>763</u>	<u>1 065</u>
Flux de trésorerie provenant des activités d'investissement			
Acquisitions de :			
- programmes		(78)	(71)
- filiales et joint ventures, nettes de trésorerie acquise	5.4.	(14)	(151)
- autres actifs incorporels et corporels		(130)	(109)
- autres placements et actifs financiers		(28)	(102)
		(250)	(433)
Cessions d'actifs incorporels et corporels		19	22
Cessions de :	5.6.		
- RTL Shop, trésorerie cédée déduite		(2)	(11)
- autres filiales et joint ventures, nettes de trésorerie cédée		2	6
Cessions sur entreprises associées, autres placements et actifs financiers		56	17
Dépôt courant auprès d'un actionnaire	7.8., 9.1.	60	22
Intérêts encaissés		<u>18</u>	<u>63</u>
		<u>153</u>	<u>119</u>
Flux de trésorerie nets provenant des activités d'investissement		(97)	(314)
Flux de trésorerie provenant des activités de financement			
Intérêts payés		(29)	(29)
Transactions avec des intérêts minoritaires	5.4.	(42)	4
Encaissements provenant d'emprunts		109	4
Remboursement d'emprunts		(64)	(9)
Variation nette des découverts bancaires		(1)	-
Dividendes versés		<u>(631)</u>	<u>(856)</u>
Flux de trésorerie nets provenant des activités de financement		<u>(658)</u>	<u>(886)</u>
Variation nette de trésorerie et équivalents		8	(135)
Trésorerie et équivalents à l'ouverture de l'exercice		383	535
Effet des fluctuations de change sur la trésorerie		<u>4</u>	<u>(17)</u>
Trésorerie et équivalents à la clôture de l'exercice		<u>395</u>	<u>383</u>

Les notes en annexe font partie intégrante des états financiers consolidés.



ANNEXE AUX ETATS FINANCIERS CONSOLIDES

1. PRINCIPALES METHODES COMPTABLES

RTL Group SA (la "Société") est une société domiciliée à Luxembourg. Les états financiers consolidés de la Société pour l'exercice clos le 31 décembre 2009 comprennent la Société, ses filiales (conjointement appelées "le Groupe"), des participations dans des entreprises associées et dans des entités contrôlées conjointement ("joint ventures"). RTL Group SA est la société mère d'un groupe multinational de télévision, de radio et de production détenant, de façon directe ou indirecte, des participations dans 615 sociétés. Le Groupe gère des chaînes de télévision et des stations de radio en Europe et est actif dans la production télévisuelle à travers des émissions de jeux ou des séries. Le relevé des principales sociétés du Groupe au 31 décembre 2009 est détaillé en note 12.

La Société est cotée sur les bourses de Bruxelles et Luxembourg. Les comptes statutaires peuvent être obtenus au siège de la société.

Les états financiers consolidés de RTL Group SA sont inclus dans les comptes consolidés de Bertelsmann AG, la société mère de RTL Group SA. Bertelsmann AG est une société de droit allemand ayant son siège social à Carl-Bertelsmann-Strasse 270, D-33311 Gütersloh, Allemagne. Les états financiers consolidés de Bertelsmann AG peuvent être obtenus à cette adresse.

La publication des états financiers consolidés du Groupe a été autorisée par le Conseil d'Administration en date du 10 mars 2010.

1.1 Déclaration de conformité

Les états financiers consolidés ont été préparés en conformité avec les Normes Internationales d'Information Financière (IFRS) telles qu'adoptées par l'Union Européenne.

1.2 Bases de préparation

1.2.1 Etats financiers consolidés

Les états financiers consolidés sont présentés en millions d'euros ("EUR"), qui est la devise fonctionnelle et de présentation de la Société, et sont préparés selon le principe du coût historique, à l'exception des éléments suivants de l'état de la situation financière consolidée:

- Les actifs financiers disponibles à la vente réévalués à leur juste valeur,
- Les actifs financiers évalués à leur juste valeur par le biais du compte de résultat,
- Les instruments financiers dérivés réévalués à leur juste valeur,
- Les dettes pour paiement fondé sur des actions réévalués à leur juste valeur, et
- Les actifs au titre de prestations définies correspondent à la somme nette des actifs des plans, plus les coûts des services passés non reconnus et les pertes sur écarts actuariels non reconnues, moins les gains sur écarts actuariels non reconnus et la valeur actualisée des engagements financés.

Pour préparer les états financiers conformément au référentiel IFRS, la Direction émet des jugements, procède à des estimations et formule des hypothèses qui ont un impact direct sur l'application des politiques comptables et sur les montants présentés au titre des éléments d'actif et de passif, des produits et des charges. Les estimations et les hypothèses sont basées sur l'expérience passée et divers facteurs qui, au vu des circonstances, sont jugés raisonnables.

Ces dernières permettent d'exercer un jugement quant à la valeur comptable des actifs et passifs lorsque celle-ci ne peut être directement déterminée à partir d'autres sources. Les résultats réels sont susceptibles d'être différents de ces estimations.

Les estimations et hypothèses sont révisées en permanence. L'impact de la révision des estimations comptables est reconnu au titre de la période au cours de laquelle l'estimation a été revue, si la révision n'affecte que cette période, ou au cours de la période de la révision et des périodes à venir, si la révision affecte les périodes actuelle et à venir.

Les jugements exercés par la Direction dans le cadre de l'application des normes IFRS qui ont un impact matériel sur les états financiers ainsi que les estimations qui représentent un risque important d'ajustement significatif au cours des périodes suivantes sont présentés en note 2.

L'information comparative du compte de résultat consolidé a été re-présentée afin de se conformer à la présentation actuelle.

Suite à la finalisation de la méthode de l'acquisition cette année, l'information comparative dans l'état de situation financière et de l'état de variation des capitaux propres a été re-présentée pour les actifs intangibles et les actifs d'impôts différés (voir note 5.2.).

1.2.2. Changements de principes comptables et de présentation

Les principes comptables ont été appliqués de façon homogène par les sociétés du Groupe et sont également conformes aux principes comptables appliqués l'année précédente, à l'exception de :

a) Nouvelles normes, amendements et interprétations :

Le Groupe a adopté les nouvelles normes et amendements suivants, en vigueur à partir du 1^{er} janvier 2009 qui affectent uniquement le format des informations présentées dans les comptes :

- IAS 1 (révisé) "Présentation des états financiers" - applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2009. La nouvelle présentation (c'est-à-dire les changements de terminologies, format et contenu) selon IAS 1 (révisé) a été appliquée aux états financiers consolidés. Les changements n'affectant que la présentation, il n'y pas d'effet sur le résultat par action,

- Amendement à IFRS 7 "Instruments financiers : informations à fournir" - applicable aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2009. L'amendement requiert l'amélioration des informations relatives aux mesures de juste valeur et au risque de liquidité. En particulier, l'amendement requiert la présentation des mesures de juste valeur par niveau de hiérarchie. Les changements n'affectant que la présentation, il n'y pas d'effet sur le résultat par action, et

- IFRS 8 "Secteurs opérationnels" - IFRS 8 remplace IAS 14 "Information sectorielle". Cette norme impose de retenir l'approche de la direction, selon laquelle l'information par secteurs est présentée dans les états financiers sur les mêmes critères que le reporting de gestion interne communiqué au Comité Exécutif, décisionnaire opérationnel. Cela a résulté en l'augmentation du nombre de secteurs reportables présentés. L'information comparative a été représentée en conformité avec les dispositions transitoires de IFRS 8. Les changements n'affectant que la présentation, il n'y pas d'effet sur le résultat par action.

Les normes, amendements et interprétations suivants, applicables pour la première fois à compter des exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2009, n'ont pas ou très peu d'effet sur les états financiers du Groupe :

- IAS 23 (amendement), "Coûts d'emprunt",
- IAS 32 (amendement), "Instruments financiers : présentation",
- IAS 39 (amendement), "Instruments financiers : comptabilisation et évaluation",



- IFRIC 13, "Programmes de fidélisation de la clientèle",
- IFRIC 15, "Accords de construction de biens immobiliers",
- IFRIC 16, "Couvertures d'un investissement net dans une activité à l'étranger",
- IFRS 2 (amendement), "Païement fondé sur des actions", et
- Légers amendements à différentes normes dans la cadre projet annuel d'amélioration publié en mai 2008.

(b) Normes, amendements et interprétations de normes existantes qui ne sont pas encore d'application et non adoptés anticipativement par le Groupe:

Les normes et amendements aux normes existantes suivants ont été publiés et seront applicable aux exercices du Groupe à compter du 1er janvier 2010 ou ultérieurement, le Groupe ne les ayant pas adoptés par anticipation :

- IAS 27 (révisé), "États financiers consolidés et individuels" – applicable aux exercices ouverts à compter du 1er juillet 2009. La norme révisée requiert que les effets de toutes les transactions avec les participations ne donnant pas le contrôle soient reconnus dans les comptes de capitaux propres s'il n'y a pas de changement de contrôle et ces transactions ne donneront plus lieu à comptabilisation de goodwill ou de gains et pertes. Ce principe comptable avait déjà été appliqué par RTL Group. Cette norme fournit également des spécifications lors de pertes de contrôle. Tout intérêt résiduel dans la société doit être réévalué à sa juste valeur et les gains et pertes sont reconnus dans le compte de résultat séparé. Le Groupe appliquera IAS 27 (révisé) de manière prospective pour les transactions avec les participations ne donnant pas le contrôle à partir du 1er janvier 2010.

- IFRS 3 (révisé), "Regroupement d'entreprises" - applicable aux exercices ouverts à compter du 1er juillet 2009. Cette norme révisée confirme l'application de la méthode de l'acquisition pour les regroupements d'entreprises, avec quelques changements significatifs. Par exemple, tous les paiements dans le cadre de regroupement d'entreprises doivent être enregistrés à leur juste valeur à la date d'acquisition, avec les paiements éventuels classés en dettes réévalués ultérieurement à leur juste valeur via le compte de résultat séparé. L'évaluation de toute participation ne donnant pas le contrôle dans l'entreprise acquise pourra être faite, au cas par cas, soit à la juste valeur soit à la proportion dans les actifs nets de l'entreprise acquise de toute participation ne donnant pas le contrôle. Les frais d'acquisitions devront être enregistrés dans le compte de résultat séparé. Le Groupe appliquera IFRS 3 (révisé) de manière prospective pour les regroupements d'entreprises à partir du 1er janvier 2010, et

- IFRS 9, "Instruments financiers" - applicable aux exercices ouverts à compter du 1er janvier 2013. IFRS 9 comprend le classement et l'évaluation des actifs financiers et remplace les multiples classements et modèles d'évaluation d'IAS 39, via une approche simplifiée, avec seulement deux catégories de classement : le coût amorti et la juste valeur. Le classement selon IFRS 9 est régi selon le modèle d'activités de l'entreprise pour la gestion des actifs financiers et leurs caractéristiques contractuelles. IFRS 9 supprime également l'obligation de séparer les dérivés incorporés de l'actif financier hôte. Les contrats hybrides devront être classés, dans leur ensemble, soit en coût amorti soit en juste valeur (1).

Les normes et amendements aux normes existantes et interprétations suivants ont été publiés et seront applicable aux exercices du Groupe à compter du 1er janvier 2010 ou ultérieurement, et devraient avoir un effet limité pour le Groupe :

- IAS 1 (amendement), "Présentation des états financiers",
- IAS 24 (révisé), "Information relative aux parties liées" – applicable à compter du 1er janvier 2011 (1),



- IAS 32 (amendement), " Classement des émissions de droits " – applicable à compter du 1er février 2010,
- IAS 39 (amendement), " Eléments éligibles à la couverture" – applicable à compter du 1er juillet 2009,
- IFRS 1 (amendement), " Exemptions additionnelles pour les premiers adoptants" – applicable à compter du 1er janvier 2010 (1),
- IFRS 2 (amendement), "Transactions intra-groupe dont le paiement est fondé sur des actions et qui sont réglées en trésorerie" – applicable à compter du 1er janvier 2010 (1),
- IFRS 5 (amendement), "Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées" – applicable à compter du 1er juillet 2009,
- IFRIC 9 (amendement), "Réexamen de dérivés incorporés" and IAS 39 "Instruments financiers : comptabilisation et évaluation" – applicable à compter du 1er juillet 2009,
- IFRIC 14 (amendement), "IAS 19 - Limitation de l'actif au titre de prestations définies, obligations de financement minimum et leur interaction" – applicable à compter du 1er janvier 2011 (1),
- IFRIC 17, "Distributions d'actifs non monétaires aux propriétaires" – applicable à compter du 1er juillet 2009,
- IFRIC 18, "Transferts d'actifs provenant de clients" – applicable à compter du 1er juillet 2009, et
- IFRIC 19, "Extinction de passifs financiers au moyen d'instruments de capitaux propres" – applicable à compter du 1er juillet 2010 (1).

(1) Normes et interprétations non encore adoptées par l'Union Européenne

Dans le cadre de son projet annuel d'amélioration publié en mai 2008 et avril 2009, l'IASB a légèrement modifié certains standards. Les améliorations se sont concentrées sur des zones d'incohérence entre les IFRS, ou les sections où des précisions dans la formulation étaient nécessaires. La plupart de ces amendements, (qui ne sont pas applicables pour les périodes à compter du 1er janvier 2009) sont applicables pour les périodes à compter du 1er janvier 2010, l'application par anticipation étant autorisée. Le Groupe ne s'attend pas à ce que l'application de ces amendements ait un impact matériel sur ses états financiers consolidés. Les améliorations publiées en avril 2009 n'ont pas encore été adoptées par l'Union Européenne.

1.3 Principes de consolidation

1.3.1 Filiales

Les filiales sont des sociétés contrôlées par la Société. Le contrôle est présumé exister lorsque la Société détient, directement ou indirectement, le pouvoir ou la capacité (contrôle "de facto") de diriger les politiques financière et opérationnelle d'une entreprise de manière à tirer avantage de ses activités. L'existence et l'effet des droits de vote potentiels pouvant être immédiatement exercés ou convertis sont pris en considération afin de déterminer si la Société contrôle une autre entité. Les filiales, détenues de manière directe ou indirecte, sont incluses dans les états financiers consolidés à compter de la date à laquelle le contrôle est transféré effectivement à la Société alors que les filiales cédées sont exclues des états financiers consolidés à compter de la date de perte de contrôle.

L'acquisition de filiales par la société est comptabilisée en appliquant la méthode de l'acquisition. Le coût d'acquisition est évalué à la juste valeur, à la date de l'échange, des actifs remis, des instruments de capitaux propres émis par l'acquéreur et des passifs encourus ou assumés, plus les coûts directement attribuables à l'acquisition. Les actifs acquis, les passifs et les passifs éventuels assumés identifiables dans le cadre d'un regroupement d'entreprises sont évalués initialement à leur juste valeur à la date d'acquisition, sans tenir compte de la proportion d'intérêt minoritaire.



L'excédent du coût d'acquisition sur la part d'intérêt de l'acquéreur dans la juste valeur des actifs nets identifiables acquis est comptabilisé comme goodwill. Si le coût d'acquisition est inférieur à la juste valeur des actifs nets de la société acquise, la différence est comptabilisée directement au compte de résultat.

Quand une acquisition est réalisée en plusieurs transactions successives, chaque transaction est considérée individuellement pour les besoins de la détermination de la juste valeur des actifs acquis, des passifs et des passifs éventuels assumés identifiables et par conséquent pour la détermination du goodwill associé à l'acquisition.

Les justes valeurs des actifs acquis, des passifs et des passifs éventuels assumés identifiables peuvent varier entre chacune des transactions successives. Quand une prise de contrôle de la filiale résulte de la transaction, les intérêts précédemment détenus par l'entité sont réévalués sur base de la juste valeur des actifs et passifs à cette date. La contrepartie de cette réévaluation est présentée directement dans la réserve de réévaluation, comprise dans les capitaux propres.

Les acquisitions effectuées à la suite de la prise de contrôle sont traitées comme des acquisitions d'intérêts minoritaires : les actifs acquis, passifs et passifs éventuels assumés identifiables de l'entité ne sont pas sujets à une nouvelle réévaluation mais la différence positive ou négative entre le coût des acquisitions suite à la prise de contrôle et la valeur nette de la part supplémentaire d'intérêt acquise est directement enregistrée en capitaux propres.

En cas de cession d'intérêts minoritaires, la différence entre le montant reçu et la part d'intérêt correspondante cédée est également enregistrée en capitaux propres.

La méthode de l'intégration globale mise en œuvre est celle par laquelle les actifs, passifs, produits et charges sont entièrement intégrés. La quote-part de l'actif net et du bénéfice net attribuable aux actionnaires minoritaires est présentée distinctement en tant qu'intérêts minoritaires dans l'état de la situation financière consolidée et au compte de résultat consolidé.

1.3.2 Joint ventures

Une joint venture est une entité dans laquelle le contrôle de l'activité économique est contractuellement partagé avec une ou plusieurs parties dont aucune n'exerce seule le contrôle effectif.

L'acquisition de joint ventures par la Société est comptabilisée selon la méthode de l'acquisition.

Ces entités sont consolidées selon la méthode proportionnelle. Selon cette méthode, le Groupe inclut sa quote-part dans les actifs, passifs, produits, charges et flux de trésorerie de la joint venture dans les postes appropriés des états financiers consolidés.

1.3.3 Entreprises associées

Les entreprises associées se définissent comme les participations, différentes des filiales ou des joint ventures, dans lesquelles le Groupe est en mesure d'exercer une influence notable. De telles participations sont comptabilisées dans l'état de situation financière consolidée selon la méthode de la mise en équivalence et sont initialement reconnues au coût. Selon cette méthode, la quote-part du Groupe dans les résultats postérieurs à l'acquisition est reconnue dans le compte de résultat et la quote-part dans la variation des réserves postérieure à l'acquisition est enregistrée dans les réserves. Les mouvements postérieurs à l'acquisition cumulés sont reconnus dans la ligne "Participations dans des entreprises associées".

La participation du Groupe dans les entreprises associées comprend le goodwill identifié lors des acquisitions (nette de pertes de valeur cumulées).



Lorsque la quote-part du Groupe dans les pertes de l'entreprise associée atteint ou excède son intérêt dans l'entreprise associée, y compris les autres créances non couvertes, le Groupe ne reconnaît une perte que s'il a contracté une obligation ou effectué des paiements pour le compte de l'entreprise associée.

Les profits latents résultant de transactions entre le Groupe et les entreprises associées sont éliminés à hauteur de l'intérêt du Groupe dans l'entreprise. Les pertes latentes sont éliminées de la même manière à moins que la transaction ne soit un indicateur d'une éventuelle dépréciation. Les principes comptables des entreprises associées ont été modifiés, le cas échéant, pour assurer l'homogénéité avec les principes comptables du Groupe.

1.3.4 Transactions éliminées en consolidation

Les soldes et les transactions intra-groupes ainsi que les profits latents résultant de transactions intra-groupe sont éliminés dans le cadre de la préparation des états financiers consolidés. Les profits latents résultant de transactions avec des entreprises associées et avec des joint ventures sont éliminés au prorata de l'intérêt du Groupe dans l'entreprise. Les profits latents résultant de transactions avec des entreprises associées sont éliminés en déduction de la valeur de la participation dans l'entreprise associée. Les pertes latentes sont éliminées de la même manière que les profits latents si ce n'est qu'elles ne sont éliminées seulement dans la mesure où il n'existe pas d'indication d'une éventuelle dépréciation.

1.4 Méthodes de conversion

1.4.1 Transactions et soldes en devises

Les transactions en devises sont converties dans la devise fonctionnelle en appliquant le cours de change du jour de la transaction. Les actifs et passifs monétaires libellés en devises à la date de clôture sont convertis au cours de clôture. Les écarts de conversion sont comptabilisés en produits ou en charges. Les actifs et passifs non monétaires libellés en devises qui sont comptabilisés au coût historique sont convertis au cours de change à la date de la transaction. Les actifs et passifs non monétaires libellés en devises qui sont comptabilisés à la juste valeur sont convertis en Euro au cours de change à la date de détermination de la juste valeur.



1.4.2 Etats financiers des activités à l'étranger

Tous les actifs et passifs des activités à l'étranger, y compris le goodwill, sauf pour les goodwills issus d'acquisitions avant le 1er janvier 2004 et les ajustements de juste valeur y relatifs et résultant de la consolidation, sont convertis au cours de clôture. Les produits et les charges sont convertis au cours de change moyen de l'exercice clôturé. Les écarts de change résultant de ce traitement et ceux résultant de la conversion des capitaux propres des activités à l'étranger à l'ouverture de l'exercice au cours de clôture sont directement comptabilisés dans un poste séparé des capitaux propres.

Les différences de change dégagées lors de la conversion de l'investissement net dans les activités à l'étranger et dans les entreprises associées, ainsi que des instruments financiers constituant des couvertures de ces investissements et désignés comme tels, sont comptabilisées directement dans un poste séparé des capitaux propres. Lors de la cession ou cession partielle d'une activité à l'étranger, ces différences de change sont reprises par le compte de résultat comme élément du profit ou de la perte de cession.

1.5 Instruments financiers dérivés et activités de couverture

Juste valeur

Les instruments financiers dérivés sont initialement constatés dans l'état de situation financière à leur coût puis sont ultérieurement évalués à leur juste valeur.

La juste valeur des contrats de change à terme est déterminée en utilisant le cours de change à terme en vigueur à la date de clôture.

Couvertures des flux de trésorerie

Pour qualifier comme telles les relations de couverture des flux de trésorerie, le Groupe documente, à l'origine de la transaction, la relation entre les instruments de couverture et les éléments couverts ainsi que les objectifs de gestion du risque et la stratégie de couverture. Cette documentation comporte une information sur le lien entre les instruments dérivés qualifiés de couverture, et les actifs et passifs spécifiques ou les engagements fermes ou transactions prévues. Le Groupe documente également, à la fois lors de la mise en place de la couverture et par la suite de façon régulière, son évaluation du degré d'efficacité des instruments dérivés utilisés pour ces couvertures afin d'annuler les variations de juste valeur ou les flux de trésorerie des éléments couverts.

Le traitement comptable appliqué aux instruments dérivés de couverture de flux de trésorerie relatifs à des éléments hors bilan est le suivant :

- Pour les instruments qui répondent aux critères de couverture, la partie efficace de la variation de juste valeur de l'instrument de couverture (principalement des contrats de change à terme ou des soldes bancaires en devises) est différée en capitaux propres ("Réserves de couverture"),
- Les montants différés en "Réserves de couverture" sont ultérieurement repris en compte de résultat au cours de la période durant laquelle l'élément couvert produit un effet dans le compte de résultat ou ajuste la valeur de certains actifs acquis (ajustement de base). Dans le cas de l'achat de droits audiovisuels en devises faisant l'objet d'une couverture de change, la reprise des montants initialement différés en "Réserves de couverture" s'effectue lors de l'inscription à l'actif des droits audiovisuels, conformément aux principes comptables du Groupe, et
- La partie non efficace de la variation de juste valeur de l'instrument dérivé est comptabilisée directement au compte de résultat.



Lorsqu'un instrument de couverture arrive à échéance ou est cédé ou lorsqu'une couverture ne satisfait plus aux critères de comptabilisation de couverture définis par la norme IAS 39, tout gain ou perte cumulé enregistré en capitaux propres ("Réserves de couverture") à cette date est maintenu en capitaux propres jusqu'au moment où la transaction prévue ou engagée est finalement constatée en résultat. Toutefois, si la transaction prévue ou engagée n'est plus supposée être effectuée, le gain ou la perte cumulé constaté en capitaux propres est immédiatement transféré en compte de résultat.

1.6 Distinction courant / non courant

Les actifs courants sont ceux que le Groupe s'attend à réaliser ou à consommer durant le cycle d'exploitation normal (en général dans l'année). Tous les autres actifs sont considérés comme des actifs non courants.

Les passifs courants sont ceux dont le Groupe s'attend à ce qu'ils soient réglés dans le cadre du cycle d'exploitation normal (en général dans l'année) ou les passifs devant être réglés dans les douze mois après la date de clôture de l'exercice. Tous les autres passifs sont considérés comme des passifs non courants.

1.7 Actifs incorporels

1.7.1 Programmes non courants

Les programmes non courants sont comptabilisés au coût d'acquisition ou au coût de revient qui comprend des coûts du personnel et une quote-part de frais généraux directs lorsque le Groupe exerce, en substance, le contrôle sur les actifs respectifs ainsi que les risques et les avantages qui leur sont attachés.

Les programmes non courants comprennent les (co)productions ainsi que les droits audiovisuels acquis en vue de les diffuser ou de les vendre dans le cadre des activités à long terme du Groupe. Les programmes non courants sont amortis selon la méthode des recettes futures estimées qui consiste à déterminer la charge d'amortissement sur base du ratio recettes nettes de la période / recettes nettes totales estimées. Les estimations de recettes nettes totales sont révisées périodiquement et donnent lieu, le cas échéant, à la comptabilisation de pertes de valeur d'actifs complémentaires.

1.7.2 Goodwill

Les acquisitions d'entreprises sont comptabilisées en appliquant la méthode de l'acquisition. Le goodwill généré en application de cette méthode correspond à l'excédent du coût d'acquisition d'une filiale, joint venture ou d'une entreprise associée sur la quote-part du Groupe à la date d'acquisition dans la juste valeur des actifs et passifs identifiables acquis. Le goodwill généré lors de l'acquisition de filiales et joint ventures est comptabilisé en actifs incorporels. Le goodwill est soumis à un test annuel de dépréciation et est comptabilisé à sa valeur d'origine diminué des éventuelles pertes de valeur cumulées. Pour les besoins des tests de dépréciation, le goodwill est affecté aux unités génératrices de trésorerie. Chacune des unités génératrices de trésorerie correspond à l'investissement du Groupe dans un secteur d'activité, par zone géographique, à l'exception du secteur "contenu" considéré comme une unité génératrice de trésorerie unique pour toutes les zones géographiques.

Aucun goodwill n'est reconnu lors de l'acquisition d'intérêts minoritaires.

Le goodwill généré lors de l'acquisition d'entreprises associées est comptabilisé dans le poste "Participations dans des entreprises associées".

Le goodwill négatif sur acquisitions est directement comptabilisé au compte de résultat.



1.7.3 Autres actifs incorporels

Les autres actifs incorporels avec une durée d'utilité déterminée acquis par le Groupe sont évalués à leur coût d'acquisition diminué du cumul des amortissements et des éventuelles pertes de valeur. Ils comprennent les licences (autres que les (co)productions, droits audiovisuels et droits sportifs), les marques commerciales et droits assimilés ainsi que les logiciels informatiques. Ils sont amortis selon le mode linéaire sur leur durée d'utilité estimée comme suit :

- Licences : 7 à 20 ans
- Logiciels : maximum 3 ans

Les marques commerciales, à moins qu'une durée d'utilité indéterminée puisse être justifiée, et les relations clients acquises suite à un regroupement d'entreprises sont amorties selon le mode linéaire sur leur durée d'utilité estimée.

Les autres actifs incorporels ayant une durée d'utilité indéterminée font l'objet d'un test de dépréciation effectué annuellement et à chaque fois qu'il y a une indication que l'actif incorporel puisse être déprécié.

1.8 Immobilisations corporelles

1.8.1 Actifs détenus

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées à leur coût d'acquisition diminué du cumul des amortissements et des pertes de valeur. La dotation aux amortissements est comptabilisée selon le mode linéaire sur la durée prévue d'utilité des actifs :

- Terrains : zéro
- Constructions : 10 à 25 ans
- Equipements techniques : 4 à 10 ans
- Autres installations, outillage et mobilier : 3 à 10 ans

Lorsqu'une immobilisation corporelle est constituée de composants ayant des durées d'utilité différentes, ceux-ci sont comptabilisés comme des éléments distincts dans les immobilisations corporelles. Les profits ou pertes provenant de la cession d'une immobilisation corporelle sont déterminés par différence entre le produit de cession et la valeur nette comptable de l'actif cédé et sont inclus dans le résultat d'exploitation.

Les modes d'amortissement et les durées d'utilité, ainsi que les valeurs résiduelles, sont réexaminés chaque année.

1.8.2 Contrats de location

Les contrats de location d'immobilisations corporelles pour lesquels le Groupe supporte substantiellement tous les avantages et les risques inhérents à la propriété des biens sont classés en contrats de location-financement. Les actifs détenus en location-financement ainsi que les obligations qui en découlent sont comptabilisés dans l'état de situation financière au plus bas de leur juste valeur et de la valeur actualisée des paiements minimaux au titre de la location diminuée des amortissements cumulés et des pertes de valeur.

Ces actifs sont amortis selon les mêmes principes d'amortissement que ceux appliqués à des actifs similaires achetés à des conditions normales (voir note 1.8.1.) ou en fonction du terme du contrat de location dans le cas où le Groupe ne devrait pas acquérir l'actif.



Chaque paiement au titre de la location est ventilé entre dette et charges financières de manière à obtenir un taux d'intérêt constant sur le solde restant dû au passif. Les obligations de location correspondantes, nettes des charges financières, sont incluses dans les emprunts. La composante intérêt de la charge financière est comptabilisée en compte de résultat sur la durée du contrat de location.

Les contrats de location pour lesquels tous les risques et les avantages inhérents à la propriété des biens sont effectivement conservés par le bailleur sont classés en contrats de location simple. Les paiements effectués au titre de contrats de location simple sont comptabilisés en charges, nets des avantages reçus du bailleur, dans le compte de résultat sur une base linéaire et sur la durée du contrat de location.

1.8.3 Dépenses ultérieures

Les dépenses effectuées pour remplacer un composant d'un élément d'immobilisation corporelle comptabilisé séparément sont capitalisées, la valeur comptable du composant remplacé étant annulée. Les autres dépenses ultérieures sont capitalisées seulement si elles permettent d'augmenter les bénéfices économiques futurs qui seront dérivés de l'immobilisation corporelle. Toutes les autres dépenses sont enregistrées en compte de résultat.

1.9 Prêts et autres actifs financiers

Les prêts accordés par le Groupe sont enregistrés initialement à leur juste valeur, augmentée des coûts de transaction. Sur les périodes suivantes, les prêts sont évalués au coût amorti, calculé selon la méthode du taux d'intérêt effectif et, éventuellement diminué d'une perte de valeur pour risque de crédit. La différence entre la valeur nominale, nette des coûts de transaction, et la valeur de remboursement est reconnue au compte de résultat sur la durée du prêt.

Les investissements, courants et non courants, comprennent les actifs financiers disponibles à la vente et les actifs financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultat.

Les investissements destinés à être détenus pour une période indéterminée, qui peuvent être vendus pour faire face à des besoins de liquidités ou en réponse à des variations de taux d'intérêt, sont classés en actifs financiers disponibles à la vente. Cette catégorie d'investissements figure parmi les actifs non courants à moins que la Direction n'ait l'intention expresse de les conserver pendant une période de moins de 12 mois à compter de la date de clôture ou à moins qu'ils ne doivent être vendus pour financer les besoins d'exploitation : dans ce cas, ils sont alors présentés parmi les actifs courants. La Direction détermine le classement approprié de ces investissements à la date d'acquisition et revoit celui-ci sur une base régulière. Les actifs financiers disponibles à la vente sont initialement enregistrés à leur juste valeur, y compris les coûts de transaction, et sont ensuite valorisés à leur juste valeur. Les gains et pertes latents résultant des variations de juste valeur des actifs financiers disponibles à la vente sont constatés, nets d'impôts différés, dans l'état de résultat global en "Réserves de réévaluation" sur la période durant laquelle ils ont été générés.

Les actifs financiers sont désignés comme évalués à la juste valeur par le biais du résultat s'ils contiennent un ou plusieurs instruments incorporés qui ne peuvent être évalués séparément. Ils sont initialement enregistrés à leur juste valeur, les frais de transactions étant directement constatés en compte de résultat. Les variations de juste valeur sont comptabilisées en compte de résultat.

Les achats et ventes des actifs financiers autres que les prêts, courants et non courants, sont comptabilisés à la date de transaction, date à laquelle le Groupe s'engage à acheter ou vendre l'actif.

La juste valeur des actifs financiers cotés est basée sur leur valeur boursière à la date de clôture. Pour les actifs financiers non cotés, la juste valeur est basée sur une estimation de la valeur actualisée des flux de trésorerie futurs.



1.10 Programmes et droits de diffusion courants

Les programmes et droits de diffusion courants sont comptabilisés au coût d'acquisition ou au coût de revient du Groupe dès lors que le Groupe contrôle, en substance, les actifs respectifs ainsi que les risques et les avantages qui leur sont attachés.

Les programmes et droits de diffusion courants comprennent les programmes en cours de production, les (co)productions ainsi que les droits acquis en vue de les diffuser ou de les vendre au cours du cycle normal d'exploitation du Groupe. Les programmes et droits de diffusion courants incluent une quote-part de frais généraux directs et sont comptabilisés au plus faible de leur coût et de leur valeur nette de réalisation. Ils sont consommés, soit sur base du nombre de diffusions prévu, soit sur base des recettes futures estimées afin de rattacher les coûts des consommations aux avantages correspondants reçus. Les rythmes de consommation des droits de diffusion sont les suivants :

- "Blockbusters" (films qui génèrent d'importantes entrées en salles de cinéma), "mini-séries" (productions propres à gros budget), autres films, séries, téléfilms et (co)productions sont pour la plupart consommés sur un maximum de deux diffusions comme suit : 67 % lors de la première diffusion, le solde lors de la deuxième diffusion.
- Les feuilletons, productions internes, "quiz" et jeux télévisés, événements sportifs et autres, documentaires et shows musicaux sont entièrement consommés lors de la première diffusion, et
- Les programmes pour enfants et les dessins animés sont consommés sur un maximum de deux diffusions comme suit : 50 % minimum lors de la première diffusion et le solde lors de la deuxième diffusion.

1.11 Clients et autres débiteurs

Les créances commerciales proviennent de la vente de biens et de services liés aux activités opérationnelles du Groupe. Les autres créances comprennent, en plus des dépôts et montants liés à l'accord d'intégration fiscale et à l'accord de compensation avec l'actionnaire majoritaire du Groupe, la TVA à récupérer, les charges constatées d'avance et la juste valeur des actifs financiers dérivés. Les clients et autres débiteurs sont évalués au coût amorti. Une perte de valeur sur les créances commerciales et autres créances, à l'exception des actifs financiers dérivés, est enregistrée lorsqu'il est démontré objectivement que le Groupe ne parviendra pas à collecter ses créances.

D'importantes difficultés financières, la probabilité de faillite ou de réorganisation financière et des défauts de paiements (retard de paiement de plus de 30 jours) sont considérés comme des indicateurs de perte de valeur des créances clients. Le montant de réduction de valeur est la différence entre la valeur comptable et la valeur des flux nets de trésorerie futurs actualisés au taux d'intérêt effectif à l'origine.

La valeur comptable est réduite par l'utilisation de cette réduction de valeur et une perte est enregistrée au compte de résultat en "Amortissements et pertes de valeur". Quand une créance commerciale n'est pas recouvrable, elle est annulée contre cette réduction de valeur. Des montants recouverts par la suite sur des créances précédemment annulées sont crédités au compte de résultat en "Amortissements et pertes de valeur".

Les produits à recevoir sont évalués à leur valeur de recouvrement prévue.



1.12 Trésorerie et équivalents de trésorerie

La trésorerie comprend la caisse en espèces et les comptes courants auprès des établissements de crédit.

Les équivalents de trésorerie se composent d'actifs qui sont facilement convertibles en trésorerie tels que les investissements très liquides, comme des fonds d'investissement monétaires, ainsi que les dépôts bancaires et des valeurs mobilières de placement, qui ont tous une maturité initiale inférieure à 90 jours à la date d'acquisition.

Les concours bancaires sont inclus dans les passifs courants.

1.13 Pertes de valeur des immobilisations non financières

Les actifs ayant une durée d'utilité indéterminée ne sont pas amortis mais font l'objet d'un test de dépréciation annuel. Les actifs sujets à amortissement font l'objet d'un test de dépréciation chaque fois qu'il existe un indicateur montrant que l'actif a perdu de sa valeur. Lorsque la valeur recouvrable d'un actif est inférieure à la valeur comptable, une perte de valeur équivalente à la différence est comptabilisée. Afin de déterminer s'il y a dépréciation, les actifs sont regroupés au sein des plus petits groupes d'actifs qui génèrent des entrées de trésorerie indépendantes (unités génératrices de trésorerie).

La valeur recouvrable des actifs est la valeur la plus élevée entre la juste valeur diminuée des coûts de la vente et la valeur d'utilité. Pour déterminer la valeur d'utilité et la juste valeur diminuée des coûts de la vente, les flux nets de trésorerie estimés attendus sont ramenés à leur valeur actualisée en appliquant un taux d'actualisation avant impôt. Ce taux est calculé de manière à refléter les appréciations actuelles du marché de la "valeur temps" de l'argent et des risques spécifiques à l'actif.

En ce qui concerne les actifs autres que le goodwill, une perte de valeur comptabilisée est reprise s'il y a des indications qui prouvent que les conditions qui ont causé la perte de valeur ne sont plus d'actualité et s'il y a eu un changement dans les estimations utilisées pour déterminer la valeur recouvrable. La valeur comptable d'un actif ne doit pas être supérieure à la valeur comptable qui aurait été déterminée (nette des amortissements) si aucune perte de valeur n'avait été comptabilisée pour cet actif.

1.14 Pertes de valeur des actifs financiers

Le Groupe évalue à chaque date de clôture s'il existe un indicateur objectif de dépréciation d'un actif financier ou d'un groupe d'actifs financiers. Dans le cas d'actifs financiers disponibles à la vente, un déclin significatif ou prolongé de la juste valeur des actifs financiers en deçà de leur coût constitue une indication de perte de valeur. Si de telles indications sont décelées pour les actifs financiers disponibles à la vente, la perte cumulée - égale à la différence entre le coût d'acquisition et la juste valeur actuelle, diminuée de la perte de valeur éventuelle sur cette immobilisation financière enregistrée au cours des périodes précédentes au compte de résultat - est sortie des capitaux propres et comptabilisée au compte de résultat. Les pertes de valeur sur instruments de capitaux propres enregistrées au compte de résultat ne sont pas reprises par le résultat. La note 1.11 fournit des informations sur les tests de dépréciation des créances clients.

1.15 Actifs non courants détenus en vue de la vente

Les actifs non courants (ou groupes destinés à être cédés) sont classés comme actifs détenus en vue de la vente si leur valeur comptable est recouvrée principalement par le biais d'une transaction de vente plutôt que par l'utilisation continue. Ils sont évalués au montant le plus bas entre leur valeur comptable et leur juste valeur diminuée des coûts de vente.



1.16 Fournisseurs et autres créiteurs

Les dettes commerciales sont générées par les achats d'actifs, de biens et de services liés aux activités opérationnelles du Groupe. Les autres dettes comprennent, en plus d'un montant lié à l'accord d'intégration fiscale avec l'actionnaire majoritaire du Groupe, de la TVA à payer, la juste valeur des passifs financiers dérivés ainsi que les dettes liées aux dépenses d'investissements. Les dettes commerciales et autres dettes sont évaluées au coût amorti selon la méthode du taux d'intérêt effectif, sauf les passifs financiers dérivés qui sont comptabilisés à leur juste valeur.

1.17 Emprunts

Les emprunts courants et non courants portant intérêts sont initialement comptabilisés à la juste valeur, nette des coûts de transaction liés. Sur les périodes suivantes, les emprunts courants et non courants portant intérêts sont évalués au coût amorti. La différence entre la valeur nominale, nette des coûts de transactions, et la valeur de remboursement est reconnue au compte de résultat sur la durée de l'emprunt selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

1.18 Provisions

Les provisions sont comptabilisées lorsque le Groupe a une obligation actuelle (juridique ou implicite) résultant d'un événement passé et dont l'extinction devrait se traduire par le versement d'avantages économiques par le Groupe. Le montant comptabilisé en provision correspond à la meilleure estimation faite par la Direction de la dépense nécessaire à l'extinction de l'obligation actuelle à la date de clôture. Le montant de la provision est déterminé sur base des dépenses futures actualisées sur base d'un taux brut avant impôt reflétant les appréciations actuelles du marché de la "valeur temps" de l'argent et, le cas échéant, des risques spécifiques à ce passif.

Une provision pour restructuration est comptabilisée lorsque le Groupe a approuvé un plan détaillé et formalisé de restructuration et que la restructuration a été mise en œuvre ou a fait l'objet d'une annonce publique. Les coûts relatifs aux activités courantes du Groupe ne sont pas comptabilisés en provisions.

Une provision pour contrats déficitaires est comptabilisée lorsque les avantages économiques attendus d'un contrat sont inférieurs aux coûts inévitables pour satisfaire aux obligations contractuelles qui s'y rattachent.

La provision est évaluée à la valeur actualisée du plus bas du coût attendu de résiliation du contrat et le coût net attendu de continuation du contrat. Avant de constater la provision, le Groupe enregistre les pertes de valeur sur les actifs associés au contrat.

1.19 Avantages du personnel**1.19.1 Engagements de retraite**

Le Groupe a mis en place ou participe, dans différents pays, à des régimes à cotisations définies et à des régimes à prestations définies, en conformité avec les lois et réglementations propres aux pays dans lesquels il exerce son activité. Les actifs du régime sont gérés séparément dans des fonds dédiés, et certains régimes de retraite sont exploités au travers de fonds de pension qui sont juridiquement distincts du Groupe.

Les régimes de retraite sont généralement alimentés par des paiements effectués par les employés et par les sociétés du Groupe concernées, sur base des recommandations d'actuaire qualifiés et indépendants.

Les coûts des prestations de retraite et les obligations pour les régimes à prestations définies sont comptabilisés sur base de la méthode des unités de crédit projetées. Le Groupe reconnaît les gains et pertes actuariels dans l'état de résultat global.

Les coûts des prestations de retraite pour les régimes à cotisations définies (y compris les régimes à prestations différées qui sont des régimes à cotisations définies par nature) sont comptabilisés lorsqu'un employé a rendu des services en échange des cotisations dues par l'employeur.

1.19.2 Autres avantages

De nombreuses sociétés du Groupe accordent des prestations en cas de décès, ainsi que des avantages aux conjoints et aux enfants des employés. Lorsqu'un membre du personnel a rendu des services à une société du Groupe, cette dernière doit comptabiliser les avantages qu'elle s'attend à lui payer en contrepartie.

1.19.3 Avantages sur capitaux propres

Des options sur actions sont attribuées à certains directeurs et employés. Les options sur actions sont émises au cours du marché à la date de l'attribution et peuvent être exercées à ce prix.

Concernant les options sur actions attribuées avant le 7 novembre 2002, aucun coût lié à ces avantages n'est comptabilisé en compte de résultat. Quand les options sont exercées, les encaissements reçus, nets des coûts de transaction, sont crédités au capital souscrit et à la prime d'émission.

Pour les options sur actions attribuées depuis le 7 novembre 2002, la juste valeur des options attribuées est comptabilisée en frais de personnel en contrepartie d'une augmentation des capitaux propres. La juste valeur est mesurée à la date d'attribution et étalée sur la période pendant laquelle les employés peuvent exercer leurs options, sans conditions. La juste valeur des options est mesurée selon le modèle binomial, en tenant compte des termes et conditions selon lesquels les options ont été attribuées. La charge comptabilisée est ajustée pour refléter le nombre réel d'options sur actions acquises exerçables à moins que la renonciation ne soit imputable qu'au prix des actions qui n'atteindrait pas le seuil d'exercice.



1.20 Capital souscrit

1.20.1 Coûts des opérations relatives au capital

Les coûts externes supplémentaires directement imputables à l'émission de nouvelles actions, sauf dans le cadre de regroupements d'entreprises, sont déduits, nets d'impôts, des augmentations des capitaux propres. Les coûts d'émission d'actions liés à un regroupement d'entreprises sont inclus dans le coût d'acquisition.

1.20.2 Actions propres

Lorsque la Société ou ses filiales achètent des actions propres de la Société, le montant payé ainsi que les coûts de transaction directement imputables, nets d'impôts, sont présentés dans les états financiers en réduction des capitaux propres sous la rubrique "Actions propres".

1.20.3 Dividendes

Les dividendes sur actions ordinaires sont comptabilisés dans les états financiers consolidés durant la période au cours de laquelle ils sont approuvés par l'Assemblée Générale.

1.21 Présentation et comptabilisation du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires comprend les ventes de droits, les revenus liés aux licences et aux (co)productions, les recettes publicitaires et autres ventes, nets des rabais, notes de crédit, ristournes et TVA. Le chiffre d'affaires est établi à la juste valeur des paiements reçus ou à recevoir pour la vente de services dans le cadre de activités ordinaires du Group. Les commissions d'agences sont présentées en déduction des recettes publicitaires.

Les ventes sont constatées lorsque le Groupe a transféré la majeure partie des risques et avantages inhérents à la propriété, ainsi que le contrôle effectif des biens cédés et que le montant des revenus peut être mesuré d'une façon fiable. Plus spécifiquement, les ventes d'espaces publicitaires sont constatées lorsque la publicité ou le spot publicitaire correspondant est diffusé et les ventes de droits audiovisuels sous licence sont constatées lorsque le bénéficiaire de la licence a reconnu le programme comme étant conforme aux conditions du contrat de licence.

Le produit d'opérations d'échange est constaté si les biens ou services faisant l'objet d'une opération d'échange sont de natures différentes, si le produit de ces opérations a une substance économique et peut être mesuré d'une façon fiable. Le produit d'opérations d'échange est constaté à la juste valeur des biens ou services reçus, corrigée d'éventuels mouvements de trésorerie associés à la transaction.

1.22 Subventions

Les subventions reçues sont enregistrées à leur juste valeur lorsqu'il existe une assurance raisonnable qu'elles seront reçues et que le Groupe se conformera à toutes les obligations y relatives.

Les subventions reçues pour des actifs sont initialement présentées en déduction de l'actif, pour arriver à la valeur comptable de l'actif.

Les subventions reçues par le Groupe pour des dépenses effectuées sont systématiquement reconnues au compte de résultat au cours de la période pendant laquelle ces dépenses ont été reconnues.



1.23 Produits et charges d'intérêts

Les produits et charges d'intérêts sont constatés par application de la méthode du taux d'intérêt effectif.

1.24 Impôt sur le résultat

L'impôt sur le résultat de l'exercice comprend l'impôt exigible et l'impôt différé. L'impôt sur le résultat est comptabilisé dans le compte de résultat sauf s'il concerne un élément qui est comptabilisé directement dans les capitaux propres ou dans l'état de résultat global.

L'impôt exigible est le montant d'impôt sur le bénéfice payable au titre du bénéfice imposable de l'exercice en utilisant les taux d'impôt entérinés ou quasi entérinés dans les pays où les filiales, joint ventures et entreprises associées opèrent et génèrent des revenus taxables à la date de clôture, et tout ajustement sur impôts relatifs aux années précédentes.

Les impôts différés sont calculés selon la méthode du report variable pour toutes les différences temporelles entre la valeur comptable inscrite dans les comptes consolidés et la base fiscale des actifs et des passifs du Groupe. Les différences temporelles ne donnent pas lieu à la comptabilisation d'un impôt différé lorsque la reconnaissance des actifs et passifs n'affecte ni le résultat comptable ni le résultat fiscal et quand les différences sont relatives aux investissements dans les filiales, à condition qu'ils ne soient pas repris dans un futur prévisible. Aucun impôt différé n'est enregistré lors de la comptabilisation initiale d'un goodwill. Les actifs et passifs d'impôts différés sont évalués aux taux d'impôt dont l'application est attendue sur l'exercice au cours duquel l'actif sera réalisé ou le passif réglé, sur la base des taux d'impôt qui ont été entérinés ou quasi entérinés à la date de clôture.

Les actifs d'impôts différés sont comptabilisés dans la mesure où il est probable que des bénéfices imposables futurs existeront sur lesquels des différences temporelles et des pertes fiscales pourront être utilisées.

Les actifs et passifs d'impôts différés sont compensés lorsqu'il existe un droit juridiquement exécutoire de compenser les actifs et passifs d'impôt exigibles et lorsque les impôts différés concernent la même administration fiscale.

1.25 Résultat par action

Le résultat de base par action est calculé en divisant le résultat net attribuable aux actionnaires par le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires émises, à l'exception des actions propres détenues par le Groupe.

Le résultat dilué par action est calculé, après ajustement du nombre moyen pondéré d'actions ordinaires émises, par la prise en compte de l'impact de l'ensemble des actions ordinaires potentielles dilutives. La seule catégorie d'actions ordinaires potentielles dilutives correspond aux plans d'intéressement au capital.



1.26 Secteurs opérationnels

Les secteurs opérationnels sont présentés de manière conforme avec le reporting de gestion interne communiqué au décisionnaire opérationnel. Le décisionnaire opérationnel, qui est responsable de l'allocation des ressources et de l'évaluation de la performance des secteurs opérationnels, a été identifié comme le Comité Exécutif, en tant que décideur stratégique.

Un secteur opérationnel est un composant du Groupe qui est engagé dans des activités qui génèrent des revenus et des dépenses, y compris les revenus et dépenses relatifs aux transactions avec d'autres composants du Groupe.

Les résultats opérationnels de tous les secteurs opérationnels sont revus régulièrement par le Comité Exécutif du Groupe afin de décider des ressources à allouer aux secteurs et d'évaluer leurs performances, et pour lesquels une information financière discrétionnaire est disponible.

Le capital investi est présenté pour chaque secteur, tel que communiqué au Comité Exécutif. Les actifs des secteurs comprennent les éléments suivants :

- Les actifs non courants, à l'exception de la juste valeur additionnelle des actifs financiers disponibles à la vente, du surplus des régimes à prestations définies et des actifs d'impôts différés, et
- Les actifs courants, à l'exception des créances d'impôts, de la juste valeur des actifs financiers dérivés, du dépôt avec l'actionnaire, de l'instrument financier hybride Canal+, de la créance de l'actionnaire en relation avec le "Profit and Loss Pooling agreement", des créances sur dividendes reçus, des dépôts à terme et de la trésorerie et équivalents de trésorerie.

Les actifs et passifs des secteurs sont évalués sur la même base que les ceux de l'état de situation financière.

2. ESTIMATIONS ET JUGEMENTS COMPTABLES

Les estimations et jugements sont révisés de façon régulière. Ils sont fondés sur les informations historiques et sur d'autres facteurs, notamment les anticipations d'événements futurs, jugés raisonnables au vu des circonstances.

Le Groupe procède à des estimations et retient des hypothèses relatives aux évolutions futures. Les estimations comptables qui en découlent sont, par définition, rarement équivalentes aux résultats effectifs qui se révèlent ultérieurement. Les estimations et les hypothèses risquant de façon importante d'entraîner un ajustement significatif de la valeur comptable des actifs et des passifs au cours de la période suivante sont analysées ci-après.

2.1 Programmes et droits sportifs (actifs et provisions pour contrats déficitaires)

La comptabilisation des programmes non courants du Groupe requiert de la part de la Direction des jugements puisqu'elle dépend d'estimations de chiffre d'affaires net qui servent à déterminer les montants de la dotation aux amortissements et de pertes de valeur pour l'exercice.

De plus, la Direction doit, tenant compte de facteurs tels que les grilles de programme à venir et les parts d'audiences réalisées et projetées, déterminer les programmes et droits de diffusion courants dont la diffusion est peu probable et enregistrer des dépréciations en conséquence.

Les contrats déficitaires liés aux programmes et droits sportifs sont reconnus quand le Groupe a une obligation constructive et qu'il est probable que les coûts inévitables soient supérieurs aux bénéfices économiques. Ces provisions, déterminées en actualisant les flux de trésorerie futurs prévus, sont des estimations dont le montant et les termes des flux de trésorerie réels sont dépendants d'événements futurs, en particulier pour les événements sportifs.

2.2 Perte de valeur estimée du goodwill

Le Groupe procède à un test annuel de perte de valeur du goodwill, conformément à la méthode comptable décrite à la note 1.7.2.

Dans ce cadre, le Groupe a collecté et combiné différentes informations relatives aux tendances à long terme et aux prévisions du secteur mais se réfère également à sa propre expérience, notamment sur la période la plus récente : ces informations permettent de déterminer les hypothèses relatives au développement des différents marchés publicitaires dans lesquels le Groupe intervient. Ce secteur reste fortement exposé au ralentissement général de l'économie.

L'évolution du marché publicitaire est l'un des facteurs opérationnels clefs que le Groupe utilise en évaluant chaque "business model". Les autres facteurs clefs incluent les parts d'audience, les parts de marché publicitaire ainsi que les taux de marge sur EBITA et de conversion de l'EBITA en flux de trésorerie.

Ces différents éléments sont variables et corrélés : il est difficile d'en isoler un en tant que facteur principal influençant les différents "business models" et leur valorisation respective.

Le Groupe a effectué des analyses de sensibilité sur les unités génératrices de trésorerie, en particulier pour celles dont la marge entre la valeur recouvrable et la valeur comptable est faible (voir note 7.2.).

2.3 Juste valeur des actifs financiers disponibles à la vente et actifs financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultat

Le Groupe a utilisé la méthode de l'actualisation des flux de trésorerie pour différents actifs financiers disponibles à la vente et les actifs financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultat qui ne sont pas négociés sur un marché actif.



Si le taux d'actualisation utilisé pour l'analyse des flux de trésorerie variait de 10 % par rapport aux taux retenus par la Direction, la valeur comptable des actifs financiers disponibles à la vente serait inférieure ou supérieure d'environ 5 millions d'euros.

2.4 Impôts exigibles et différés

Le Groupe est assujéti à l'impôt sur le résultat dans de nombreux territoires. Dans le cadre normal des activités du Groupe, la détermination de la charge effective d'impôts est incertaine pour certaines transactions et estimations.

Les actifs d'impôts différés sont reconnus dans la mesure où il est probable que des produits taxables futurs seront disponibles sur lesquels les différences temporelles et les pertes reportées peuvent être imputées. Le jugement de la Direction est requis afin d'estimer la probabilité des futurs produits taxables. En 2009, des actifs d'impôts différés sur des pertes reportables (principalement en Allemagne et à Luxembourg, pour respectivement 53 et 0 millions d'euros (2008 : 62 et 40 millions d'euros)) et sur des différences temporelles (principalement en Allemagne pour 320 millions d'euros (2008 : 289 millions d'euros)) ont été reconnus sur bases de stratégies fiscales actuellement mises en œuvre.

2.5 Régimes à prestations définies

Le Groupe a adopté les approches suivantes pour déterminer les hypothèses sur les régimes à prestations définies :

- Le taux d'actualisation pour la provision pour régimes à prestations définies correspond au rendement d'obligations d'entreprises bénéficiant d'un rating élevé.
- Le rendement attendu sur les actifs correspond au rendement attendu sur la valeur de marché de ces actifs au début de l'exercice, et
- Le taux attendu des augmentations de salaires est la meilleure estimation possible pour l'avenir.



3. GESTION DU RISQUE FINANCIER

Le département trésorerie du Groupe gère les risques en accord avec les politiques de trésorerie émises et approuvées par le Conseil d'Administration. Le Conseil a arrêté des principes concernant la gestion globale du risque et émis des procédures couvrant des domaines spécifiques, tels le risque de crédit, de liquidité et de marché.

Le Groupe est en particulier exposé à des risques de variation de taux de change, car il s'engage dans des contrats d'achat à long terme de droits de films (contrats cadres) qui sont libellés en devises étrangères. Le Groupe cherche à minimiser les éventuels effets défavorables liés aux variations des marchés financiers par le biais de l'utilisation d'instruments financiers dérivés, tels que des contrats de change à terme. Les instruments dérivés ne sont pas utilisés à des fins spéculatives.

Les risques sont couverts dans la mesure où ils ont une influence sur les flux de trésorerie du Groupe (le risque de conversion n'est, par exemple, pas couvert). Le Groupe a recours de manière permanente à des couvertures de flux de trésorerie qui répondent aux conditions requises pour être considérées comme instruments de couverture.

Risque de marché

Risque de change

Exposition au risque de change

Le Groupe est actif internationalement et est exposé au risque de change dans différentes devises.

Pour le Groupe dans son ensemble, les flux de trésorerie, le bénéfice net et les actifs nets sont optimisés par référence à l'Euro. Néanmoins, les risques de change encourus par les sociétés du Groupe sont gérés ou couverts par rapport à la devise fonctionnelle utilisée par la société en question (ces sociétés génèrent en principe leurs revenus en devise locale). Dès lors, le Groupe gère plusieurs devises du fait des devises fonctionnelles des différentes entités du Groupe.

En plus de ce facteur géographique générant un risque de change, les pratiques de marché dans le secteur télévisuel engendrent une exposition significative au Dollar américain ("Dollar") (les transactions sur les droits de films, généralement conclues en Dollar, ne sont pas réglées dès la signature du contrat). Par conséquent, l'exposition hors bilan du Groupe existe majoritairement vis à vis du Dollar et concerne les achats et ventes futurs de programmes, droits de diffusion, contrats cadres d'achat de droits (engagements impliquant des flux de trésorerie futurs) ainsi que les transactions prévues et hautement probables.

Gestion de l'exposition au risque de change

La gestion de l'exposition au risque de change du Groupe RTL est centralisée au sein du département trésorerie du Groupe, lequel couvre d'une part les positions au bilan (pour lesquelles le Groupe a décidé de ne pas appliquer la comptabilité de couverture) et d'autre part les transactions prévues découlant de l'activité opérationnelle d'achat et de vente de droits (engagements hors bilan pour lesquels le Groupe est susceptible d'appliquer la comptabilité de couverture). Dans ce contexte, le département trésorerie du Groupe collecte de manière régulière auprès des filiales leurs prévisions d'exposition aux devises étrangères, afin de suivre et de couvrir l'exposition globale du Groupe au risque de change.



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Tous les besoins en couverture de change sont centralisés dans une base de données globale, accessible par Internet. Le département trésorerie du Groupe est alors responsable de la couverture, transaction par transaction, de l'exposition vis à vis de la devise fonctionnelle de l'entité déclarante, pour les montants supérieurs à un seuil de matérialité de 100 000 euros. Cette couverture est réalisée via des contrats de change à terme externes. En dessous de ce seuil de matérialité, la couverture est réalisée sur base de transactions regroupées.

Les entités exposées au risque de change sont responsables de la couverture de leur position en accord avec les politiques de trésorerie du Groupe. Le principe en matière de gestion des devises étrangères est de couvrir 100% de l'exposition provenant de la trésorerie, des créances, des dettes, des prêts et emprunts libellés dans une devise différente de la devise fonctionnelle de l'entité. Les sociétés du Groupe couvrent plus de 76% des flux de trésorerie prévus liés à des engagements fermes ou des transactions prévues hautement probables. La politique du Groupe est de couvrir les flux de trésorerie à court terme entre 80 et 100%, et entre 20 et 85% ceux prévus à plus long terme (entre 2 et 5 ans).

Un rapport mensuel est produit dans le but de contrôler la conformité de la gestion de l'exposition au risque de change à la politique du Groupe. Ce rapport présente l'exposition aux devises autres que la devise fonctionnelle de chaque filiale et détaille la nature des éléments reconnus au bilan (par exemple, créances clients et dettes fournisseurs, droits d'auteurs, comptes intra-groupe), les sous-jacents et les maturités des éléments hors bilan, ainsi que les ratios de couverture correspondants. Un rapport spécifique portant sur l'exposition globale vis à vis du Dollar (exposition principale du groupe) est fourni mensuellement à la Direction de RTL Group.

Comptabilité

Le modèle de comptabilité de couverture défini par IAS 39 et concernant les couvertures économiques ou expositions provenant des actifs et passifs reconnus en devise étrangère n'est pas appliqué par le Groupe. En effet, une compensation naturelle s'effectue au compte de résultat entre les gains et pertes découlant de la réévaluation de l'instrument de couverture et l'exposition couverte.

Le principe de la comptabilité de couverture de flux de trésorerie en devise étrangère, tel que défini par la norme IAS 39, est appliqué par les entités qui génèrent la plus grande partie de l'exposition au risque de change du Groupe quand :

- Les expositions en devises couvertes se rapportent à des transactions d'achat de droits de diffusion non encore reconnues au bilan (tels que des prévisions ou des achats fermes de droits pour lesquels la période de licence n'a pas encore débuté), et
- Les montants sont suffisamment matériels pour justifier la mise en place d'une comptabilité de couverture.

La partie efficace des variations de juste valeur des instruments de couverture sont reconnues nettes d'impôts différés en réserve de couverture dans les capitaux propres (voir note 7.15.4.). Elles sont intégrées dans la valeur comptable de l'élément couvert lorsque celui-ci est reconnu dans l'état de situation financière. La partie non efficace de la variation de la juste valeur de l'instrument de couverture ("points de swap") est directement constatée en compte de résultat. Pour l'année se clôturant au 31 décembre 2009, le montant non efficace (voir note 6.5.) enregistré dans le compte de résultat au cours de la période (c'est-à-dire les points de report ou déport qui n'ont pas été comptabilisés en capitaux propres durant la période) s'élève à (12) millions d'euros ((9) millions d'euros en 2008).



Couvertures

Le nombre de relations de couverture de flux de trésorerie en devise s'élève à 362 à fin 2009 (359 en 2008).

La juste valeur des contrats de change à terme est détaillée comme suit :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Juste valeur des contrats de change à terme (voir notes 7.8. et 7.12.)	3	(63)
Gains / (pertes) de change	(23)	19
Partie inefficace de la couverture des flux de trésorerie (voir note 6.5.)	(12)	(9)

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Moins de 3 mois	2	(31)
Moins d'1 an	(1)	(4)
Moins de 5 ans	2	(28)
Juste valeur des contrats de change à terme (voir notes 7.8. et 7.12.)	3	(63)

Les montants notionnels des contrats de change à terme par maturité au 31 décembre 2009, pour les principales devises sont :

<i>En millions de GBP</i>	2010	2011	2012	2013	>2013	Total
Achat	212	22	2	-	-	236
Vente	(524)	(62)	(25)	(4)	(3)	(618)
Total	(312)	(40)	(23)	(4)	(3)	(382)

<i>En millions d'USD</i>	2010	2011	2012	2013	>2013	Total
Achat	632	326	220	132	114	1 424
Vente	(167)	(28)	(3)	-	-	(198)
Total	465	298	217	132	114	1 226

Les montants notionnels des contrats de change à terme par maturité au 31 décembre 2008, pour les principales devises sont :

<i>En millions de GBP</i>	2009	2010	2011	2012	>2012	Total
Achat	100	4	-	-	-	104
Vente	(372)	(54)	(31)	(20)	-	(477)
Total	(272)	(50)	(31)	(20)	-	(373)

<i>En millions d'USD</i>	2009	2010	2011	2012	>2012	Total
Achat	630	281	197	114	148	1 370
Vente	(155)	(9)	(1)	-	-	(165)
Total	475	272	196	114	148	1 205



Analyse de la sensibilité aux taux de change

Le Groupe estime que :

- Si le Dollar avait été 10% plus fort comparé à l'Euro (respectivement plus faible), les autres variables restant identiques, cela aurait engendré une charge (respectivement un profit), avant impôt de 4 millions d'euros pour le Groupe, et un gain (respectivement une perte), avant impôt, supplémentaire de 70 millions d'euros reconnu en capitaux propres,
- Si le GBP avait été 10% plus fort comparé à l'Euro (respectivement plus faible), les autres variables restant identiques, cela n'aurait engendré aucun gain (respectivement aucune perte) avant impôt pour le Groupe, et une perte (respectivement un gain), avant impôt supplémentaire de 3 millions d'euros reconnu en capitaux propres,
- Si les autres devises avaient été 10% plus fortes comparé à l'Euro (respectivement plus faibles), les autres variables restant identiques, cela n'aurait pas eu d'impact significatif en capitaux propres.

Cette analyse de sensibilité n'inclut pas l'impact du risque de conversion lié à la consolidation des filiales ayant une devise fonctionnelle différente de l'Euro.

Risque de taux d'intérêt

La gestion du risque de taux d'intérêt est centralisée au sein du département trésorerie du Groupe. L'objectif de la politique de gestion du risque de taux est de minimiser le coût de financement sur le long terme et de maximiser le rendement généré par les liquidités excédentaires.

Afin d'atteindre cet objectif, une gestion centralisée de la trésorerie a été mise en place pour l'Euro. Le Groupe juge également que l'utilisation de financements à taux flottant plutôt qu'à taux fixe, dans un contexte de courbe des taux favorable, est congruente avec cet objectif. Cette politique sera maintenue aussi longtemps que le comité de trésorerie et de gestion du risque juge le niveau de répartition entre les taux fixes et les taux variables approprié. Au 31 décembre 2009, la répartition taux fixe/flottant était 8% / 92% (11% / 89% en 2008). De fréquentes études comparatives sur les taux d'intérêts sont menées de façon à pouvoir faire évoluer cette répartition en fonction des conditions du marché.

Le département trésorerie du Groupe utilise différents indicateurs pour gérer le risque de taux d'intérêt tels que le ratio endettement à taux fixe / endettement à taux variable, la duration, la mesure de sensibilité d'une variation des taux d'un point de base sur la charge d'intérêt, le ratio de couverture d'intérêts (par exemple: ratio EBITA ajusté sur charge nette d'intérêt, tel que défini par les agences de notation financière).

Si l'on supposait que le montant actuel disponible de liquidités investi à taux variable reste constant, une chute (respectivement une hausse) de 100 points de base du taux d'intérêt servi au 31 décembre 2009 aurait pour conséquence une diminution (respectivement une augmentation) des revenus d'intérêt de 9 millions d'euros (9 millions d'euros en 2008).

Concernant les actifs et passifs financiers portant intérêts, le tableau suivant indique les taux d'intérêt effectifs à la date de clôture et les périodes de refixation de ces taux :



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

<i>En millions d'euros</i>	<i>Note</i>	Taux d'intérêt effectif	<i>Total(1)</i>	moins de 6 mois	6 à 12 mois	1 à 2 ans	2 à 5 ans	plus de 5 ans
Autres prêts - taux fixe	7.5.	5,3	67	-	-	-	67	-
Autres prêts - taux variable	7.5.	0,5	6	2	4	-	-	-
Dépôt courant – taux variable	7.8.	0,5	542	542	-	-	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie (rémunérés)	7.9.	0,6	381	381	-	-	-	-
Emprunts bancaires - taux variable	7.11.	3,5	(105)	(30)	(75)	-	-	-
Concours bancaires	7.11.	0,2	(5)	(5)	-	-	-	-
Emprunts envers d'autres établissements financiers - taux variable	7.11.	5,3	(12)	-	(12)	-	-	-
Dettes de crédit-bail - taux variable	7.11.	3,4	(2)	-	(2)	-	-	-
Dettes de crédit-bail - taux fixe	7.11.	6,3	(10)	-	-	(10)	-	-
Emprunts – taux variable	7.11.	2,1	(22)	(16)	(6)	-	-	-
Au 31 décembre 2009			840	874	(91)	(10)	(67)	-

<i>En millions d'euros</i>	<i>Note</i>	Taux d'intérêt effectif	<i>Total(1)</i>	moins de 6 mois	6 à 12 mois	1 à 2 ans	2 à 5 ans	plus de 5 ans
Autres prêts - taux fixe	7.5.	5,3	64	-	-	-	64	-
Autres prêts - taux variable	7.5.	3,4	5	1	4	-	-	-
Dépôt courant – taux variable	7.8.	2,4	599	599	-	-	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie (rémunérés)	7.9.	3,6	320	320	-	-	-	-
Emprunts bancaires - taux variable	7.11.	4,7	(79)	(16)	(63)	-	-	-
Concours bancaires	7.11.	2,5	(6)	(6)	-	-	-	-
Dettes de crédit-bail - taux variable	7.11.	7,0	(3)	(3)	-	-	-	-
Dettes de crédit-bail - taux fixe	7.11.	6,3	(13)	(1)	(1)	(11)	-	-
Emprunts – taux variable	7.11.	6,0	(9)	(1)	(8)	-	-	-
Au 31 décembre 2008			878	893	(68)	(11)	(64)	-

(1) Hors intérêts accrus

Risque de crédit

L'exposition du Groupe au risque de crédit est principalement liée aux ventes réalisées auprès des clients.

L'exposition au risque de crédit pour les activités télévision et radio du Groupe provient des transactions conclues avec des agences de publicité ou des clients directs. En 2009, le chiffre d'affaires combiné de la publicité sur les radios et télévision a représenté 62% du chiffre d'affaires du Groupe. La conséquence de ce modèle économique est que l'exposition du Groupe au risque de crédit est directement liée à la solvabilité du client final. Néanmoins ce risque est considéré comme étant faible compte tenu de la taille des sociétés ou groupes d'agences clientes.

Le Groupe produit des programmes qui sont vendus ou dont la licence est commercialisée à des chaînes de télévision privées ou publiques. En 2009, ces activités ont contribué à hauteur de 24% au chiffre d'affaires du Groupe. Etant donné le nombre limité de diffuseurs dans les différents pays, le risque de crédit est particulièrement concentré. Cependant, la qualité et la stabilité dans le temps des relations entre diffuseurs et producteurs d'une part et la nature des clients (grandes entreprises aux bases financières stables) d'autre part, sont des facteurs qui atténuent significativement le risque de crédit.



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Le Groupe a également mis en place des procédures afin d'assurer que les ventes de produits et services soient effectués avec des clients qui ont un historique de crédit approprié.

La valeur comptable des actifs financiers représente l'exposition maximale au risque de crédit.

L'antériorité des actifs financiers (à l'exclusion des actifs financiers disponibles à la vente s'élevant à 111 millions d'euros) s'établit comme suit au 31 décembre 2009 :

En millions d'euros

	Valeur comptable brute (1)	Ni dépréciés ni en souffrance à la date de clôture	Non dépréciés mais en souffrance à la date de clôture depuis une période					Montant déprécié brut
			moins de 1 mois	2 à 3 mois	3 à 6 mois	6 à 12 mois	plus de 1 an	
Prêts et autres actifs financiers non courants	158	151	-	-	-	-	-	7
Créances clients	1 003	732	103	37	18	11	26	76
Créances vis-à-vis des entreprises associées	30	30	-	-	-	-	-	-
Dépôt courant auprès de l'actionnaire	542	542	-	-	-	-	-	-
Canal Plus France	384	384	-	-	-	-	-	-
Autres créances et actifs financiers courants	604	597	2	1	-	-	-	4
Trésorerie et équivalents de trésorerie	395	395	-	-	-	-	-	-
Au 31 décembre 2009	3 116	2 831	105	38	18	11	26	87

(1) Au 31 décembre 2009, la réduction de valeur est de 84 millions d'euros

L'antériorité des actifs financiers (à l'exclusion des actifs financiers disponibles à la vente s'élevant à 97 millions d'euros) est le suivant au 31 décembre 2008 :

En millions d'euros

	Valeur comptable brute (1)	Ni dépréciés ni en souffrance à la date de clôture	Non dépréciés mais en souffrance à la date de clôture depuis une période					Montant déprécié brut
			moins de 1 mois	2 à 3 mois	3 à 6 mois	6 à 12 mois	plus de 1 an	
Prêts et autres actifs financiers non courants	134	129	-	-	-	-	-	5
Créances clients	972	697	92	51	20	16	18	78
Créances vis-à-vis des entreprises associées	25	25	-	-	-	-	-	-
Dépôt courant auprès de l'actionnaire	602	602	-	-	-	-	-	-
Canal Plus France	363	363	-	-	-	-	-	-
Autres créances et actifs financiers courants	628	614	3	1	-	-	-	10
Trésorerie et équivalents de trésorerie	383	383	-	-	-	-	-	-
Au 31 décembre 2008	3 107	2 813	95	52	20	16	18	93

(1) Au 31 décembre 2008, la réduction de valeur est de 78 millions d'euros



Les dix créances clients les plus importantes représentent 87 millions d'euros (2008 : 101 millions d'euros), et les 50 plus importantes représentent 260 millions d'euros (2008 : 266 millions d'euros).

La relation du Groupe avec Bertelsmann AG conduit à une concentration non négligeable de son risque de crédit. Néanmoins, ce risque de crédit découlant des transactions avec les actionnaires est soigneusement géré (voir note 9.1.).

Conformément à la politique bancaire du Groupe, les instruments financiers dérivés et les transactions liées à la trésorerie (y compris les dépôts bancaires et les investissements dans des fonds monétaires) ne sont réalisés qu'avec des institutions financières de premier ordre, afin de réduire le risque de contrepartie. La politique bancaire du Groupe établit des critères rigoureux pour la sélection des contreparties bancaires et des fonds d'investissement monétaires (tels que la volatilité maximale, l'historique des performances, la notation ainsi que le statut "trésorerie et équivalents de trésorerie" selon la norme IAS 7). Afin de réduire le risque de non livraison, le Groupe a mis en place des politiques qui limitent l'exposition quotidienne vis-à-vis de chaque institution financière. Des statistiques (telles que le pourcentage des transactions effectuées avec chaque banque par rapport à des objectifs définis par la Direction ou encore un récapitulatif des expositions quotidiennes les plus importantes par banque et par date de maturité) sont mises à jour et utilisées de manière quotidienne, afin de s'assurer que le risque de crédit est en permanence effectivement limité.

Risque de liquidité

Une gestion prudente du risque de liquidité implique de conserver un niveau suffisant de trésorerie, une capacité à obtenir des financements grâce à des lignes de crédit suffisantes et à clôturer certaines positions sur le marché. En raison de la nature fluctuante des activités sous-jacentes, le département trésorerie du Groupe vise à gérer de façon flexible son financement en disposant de lignes de crédit confirmées suffisantes. Le département trésorerie du Groupe gère sur base mensuelle le niveau de "Liquidity Head Room" (montant total des lignes de crédit confirmées moins utilisations).

<i>En millions d'euros</i>	2009	moins de 1 an	1-5 ans	plus de 5 ans
Lignes de crédit – banques				
Lignes de crédit confirmées	338	160	178	-
"Head Room"	124	37	87	-

<i>En millions d'euros</i>	2008	moins de 1 an	1-5 ans	plus de 5 ans
Lignes de crédit – banques				
Lignes de crédit confirmées	321	321	-	-
"Head Room"	123	123	-	-



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Le tableau ci-dessous reprend les passifs financiers du Groupe, regroupés par maturité sur base de la période résiduelle depuis la date de clôture jusqu'à leur échéance contractuelle. Les soldes présentés dans le tableau ci-dessous correspondent aux flux de trésorerie contractuels, non actualisés, à l'exception des passifs d'instruments dérivés de couverture de change.

<i>En millions d'euros</i>	moins de 1 an	1-5 ans	plus de 5 ans	Total
Passifs				
Emprunts et découverts bancaires	80	87	-	167
Fournisseurs (profits constatés d'avance exclus)	2 063	179	177	2 419
Au 31 décembre 2009	2 143	266	177	2 586

<i>En millions d'euros</i>	moins de 1 an	1-5 ans	plus de 5 ans	Total
Passifs				
Emprunts et découverts bancaires	23	105	1	129
Fournisseurs (profits constatés d'avance exclus)	2 021	162	160	2 343
Au 31 décembre 2008	2 044	267	161	2 472

Catégories d'instruments financiers

La juste valeur de chaque catégorie d'actifs et de passifs financiers est équivalente à sa valeur comptable.

<i>En millions d'euros</i>	Notes	Actifs à la juste valeur par le biais du compte de résultat (1)	Dérivés utilisés pour la couverture	Prêts et créances	Actifs financiers disponibles à la vente	Total
Actifs						
Prêts et autres actifs financiers (surplus des régimes à prestation définies exclu)	7.5.	78	-	73	111	262
Créances (charges constatées d'avance exclues)	7.8.	384	31	1 945	-	2 360
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7.9.	-	-	395	-	395
Au 31 décembre 2009		462	31	2 413	111	3 017

(1) Y compris Canal Plus France, instrument désigné à la juste valeur par le biais du compte de résultat (voir note 7.8.)

<i>En millions d'euros</i>	Notes	Passifs à la juste valeur par le biais du compte de résultat	Dérivés utilisés pour la couverture	Autres passifs financiers (1)	Total
Passifs					
Emprunts et découverts bancaires	7.11.	-	-	156	156
Fournisseurs (profits constatés d'avance exclus)	7.12.	-	34	2 351	2 385
Au 31 décembre 2009		-	34	2 507	2 541

(1) Au coût amorti



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

<i>En millions d'euros</i>	Notes	Actifs à la juste valeur par le biais du compte de résultat (1)	Dérivés utilisés pour la couverture	Prêts et créances	Actifs financiers disponibles à la vente	Total
Actifs						
Prêts et autres actifs financiers	7.5.	423	-	69	97	589
Créances (charges constatées d'avance exclues)	7.8.	47	104	1 891	-	2 042
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7.9.	-	-	383	-	383
Au 31 décembre 2008		470	104	2 343	97	3 014

(1) Y compris Canal Plus France, instrument désigné à la juste valeur par le biais du compte de résultat (voir note 7.5.)

<i>En millions d'euros</i>	Notes	Passifs à la juste valeur par le biais du compte de résultat	Dérivés utilisés pour la couverture	Autres passifs financiers (1)	Total
Passifs					
Emprunts et découverts bancaires	7.11.	-	-	111	111
Fournisseurs (profits constatés d'avance exclus)	7.12.	-	41	2 265	2 306
Au 31 décembre 2008		-	41	2 376	2 417

(1) Au coût amorti

Hiérarchie des justes valeurs

Le tableau suivant présente les actifs et passifs financiers du Groupe évalués à leur juste valeur au 31 décembre 2009, par méthode de valorisation. Les différents niveaux ont été définis comme suit :

- Niveau 1 : des prix (non ajustés) cotés sur des marchés actifs pour des actifs ou des passifs identiques,
- Niveau 2 : des données autres que les prix cotés visés au Niveau 1, qui sont observables pour l'actif ou le passif concerné, soit directement (à savoir des prix) ou indirectement (à savoir des données dérivées de prix), et
- Niveau 3 : des données relatives à l'actif ou au passif qui ne sont pas basées sur des données observables de marché (données non observables).

<i>En millions d'euros</i>	Total	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
Actifs				
Actifs à la juste valeur par le biais du compte de résultat	462	-	78	384
Investissements disponibles à la vente	111	5	37	69
Dérivés utilisés pour la couverture	31	-	31	-
Au 31 décembre 2009	604	5	146	453
Passifs				
Dérivés utilisés pour la couverture	34	-	34	-
Au 31 décembre 2009	34	-	34	-


Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

La juste valeur des instruments financiers négociés sur des marchés actifs est basée sur les prix de cotation sur le marché à la date de clôture. Un marché est considéré comme actif si les cotations sont disponibles facilement et régulièrement de la part d'agent de change, courtier, groupe d'industrie, service de valorisation ou autorité de régulation, et ces cotations reflètent les transactions de marché régulières et actuelles, dans des conditions normales de marché. Ces instruments sont classés en Niveau 1. La valeur de cotation utilisée pour les actifs financiers détenus par le Groupe correspond au prix de demande.

La juste valeur des instruments financiers qui ne sont pas négociés sur des marchés actifs, est déterminée selon des méthodes de valorisation. Ces méthodes de valorisation optimisent l'utilisation des données observables sur les marchés et se repose le moins possible sur des estimations spécifiques du Groupe. Si toutes les données importantes nécessaires à la détermination de la juste valeur d'un instrument sont observables, l'instrument est classé en Niveau 2.

Si une ou plusieurs données importantes ne sont pas basées sur des données observables de marché, l'instrument est classé en Niveau 3.

Les méthodes spécifiques de valorisation des instruments financiers comprennent :

- Les valeurs de marché ou les cotations de courtiers pour des instruments similaires.
- La juste valeur des contrats de change à terme est déterminée sur la base de taux de changes futurs à la date de clôture, la valeur en résultant étant elle-même actualisée à la date de clôture, et
- D'autres méthodes, telles que les analyses de flux de trésorerie actualisés, sont utilisées pour déterminer la juste valeur des instruments financiers résiduels.

L'instrument financier hybride Canal+ France (voir note 7.8.) est classé en Niveau 3.

Le tableau suivant présente la variation des instruments classés en Niveau 3 pour l'année clôturant le 31 décembre 2009 :

En millions d'euros

	Actifs à la juste valeur par le biais du compte de résultat	Actifs financiers disponibles à la vente	Total
Solde au 1er janvier	410	69	479
Acquisitions	-	1	1
Gains et pertes reconnus en état de résultat global	-	(1)	(1)
Gains et pertes reconnus en compte de résultat ("Autres résultats financiers")	19	-	19
Diminutions (ventes et remboursements)	(45)	-	(45)
Au 31 décembre 2009	384	69	453
Total des gains pour la période reconnus dans le compte de résultat pour les actifs détenus à la date de clôture	21	-	21

Aucun transfert entre les Niveaux n'a été réalisé pendant l'année.

Politique de gestion du capital

L'objectif du Groupe, dans sa gestion du capital, est de conserver la capacité du Groupe à pérenniser ses activités et d'assurer un rendement aux actionnaires.



4. Secteurs opérationnels

Le Groupe a défini ses secteurs opérationnels sur la base opérationnelle et managériale des entités pour lesquelles l'information est reportée au Comité Exécutif. IFRS 8 a été adopté en 2009 et l'information comparative a été représentée en conséquence.

Le Groupe est composé de 16 centres de profits, chacun dirigé par un directeur général, dans les secteurs de la télévision, radio et autres activités diversifiées, dans un des 11 pays où le Groupe détient des intérêts au travers de 45 chaînes de télévision et 30 radios ; FremantleMedia et UFA Sport opèrent au sein d'un réseau international d'activités de production.

Tous les secteurs présentés atteignent les seuils quantitatifs requis par IFRS 8 :

- MedienGruppe RTL Deutschland: ce secteur comprend toutes les activités du Groupe dans le secteur de la télévision en Allemagne. Il inclut les chaînes commerciales principales "RTL Television", "Vox", "Super RTL", "NTV" et "RTL II", cette dernière étant une entreprise associée. Ce secteur comprend également tout un ensemble d'activités diversifiées, telles que les nouveaux médias et la production,
- Groupe M6 : composé principalement de la chaîne commerciale "M6", ce secteur comprend également une autre chaîne de télévision gratuite "W9" et quelques chaînes thématiques, plus petites et payantes. D'autres activités importantes comme du téléachat, du marketing direct au client, de la distribution de droits et un club de football font aussi partie intégrante de ce secteur,
- FremantleMedia : se compose principalement du secteur de la production au niveau mondial, mais inclus également des activités importantes de distributions et de concession de licences. Les unités de productions majeures sont installées aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Australie,
- RTL Nederland : ce secteur couvre à la fois les activités de télévision et de radio. Les chaînes de télévision du Groupe incluent "RTL4", "RTL5", "RTL7" et "RTL8" et sont leaders sur le marché des chaînes familiales aux Pays-Bas. Les activités de radio sont principalement représentées par Radio 538, station radio numéro une aux Pays-Bas,
- Five Group: ce secteur comprend les activités télévisuelles du Groupe au Royaume-Uni. Elles sont composées de la chaîne de service public "Five" et de chaînes numériques terrestres comme "Fiver" et "Five USA",
- RTL Belgium: ce secteur comprend les activités de télévision et de radio, principalement centrées sur la partie francophone, au sud de la Belgique. Les activités télévisuelles sont leader sur le marché des chaînes familiales et incluent "RTL TVI", "Plug RTL" et "Club RTL", tandis que les activités radios sont composées des stations numéro une et deux en Belgique, "Bel RTL" et "Radio Contact", et
- RTL Radio France : ce secteur correspond aux stations de radio leaders en France et comprend principalement "RTL Radio", "RTL 2" et "Fun Radio".



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Les revenus des "Autres secteurs" sont principalement dérivés de RTL Klub (Hongrie, 83 millions d'euros, intégrée globalement depuis le 1^{er} avril 2009), de Alpha Media Group (Grèce, 70 millions d'euros) et de RTL Televizija (Croatie, 41 millions d'euros). Le siège du Groupe fournit des services, initie des projets de développement, et est aussi intégré dans les "Autres secteurs".

Le Comité Exécutif du Groupe évalue la performance des secteurs opérationnels sur la base de l'EBITA. Les produits d'intérêts, les charges d'intérêts, les autres résultats financiers et l'impôt sur le résultat ne sont pas alloués aux secteurs, étant gérés au niveau central. Les prix inter-secteur sont aux conditions du marché.

Le reporting de gestion communiqué au Comité Exécutif de RTL Groupe est conforme et cohérent, en tous points, avec les principes comptables du Groupe et les états financiers.

4.1 Secteurs opérationnels

	MedienGruppe RTL		Groupe M6		Freemantle- Media		RTL Nederland		Five Group		RTL Belgium		RTL Radio France		Autres secteurs		Eliminations		Total	
En millions d'euros	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Chiffre d'affaires externe	1 731	2 019	1 370	1 351	989	1 000	368	430	301	432	201	215	173	187	277	140	-	-	5 410	5 774
Chiffre d'affaires inter-secteur	1	1	7	3	194	203	3	6	2	-	2	1	1	2	36	40	(246)	(256)	-	-
Chiffre d'affaires total	1 732	2 020	1 377	1 354	1 183	1 203	371	436	303	432	203	216	174	189	313	180	(246)	(256)	5 410	5 774
Résultat d'exploitation	353	384	186	183	155	153	71	69	(199)	(346)	32	39	15	32	(130)	(56)	-	8	483	466
Quote-part de résultat dans des entreprises associées	13	15	(2)	(10)	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	14	28	-	-	25	34
Résultat avant intérêts et impôt ("EBIT")	366	399	184	173	155	154	71	69	(199)	(346)	32	39	15	32	(116)	(28)	-	8	508	500
EBITA	366	414	195	196	155	155	72	70	(41)	(2)	36	39	15	32	(43)	4	-	8	755	916
Pertes de valeur sur goodwill sur acquisition de filiales et de joint ventures et groupes destinés à être cédés	-	-	-	-	-	-	-	-	(140)	(338)	(4)	-	-	-	(66)	(26)	-	-	(210)	(364)
Perte de valeur sur goodwill sur acquisitions d'entreprises associées	-	-	-	(4)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(1)	(8)	-	-	(1)	(12)
Amortissements et pertes de valeur des ajustements de juste valeur sur acquisitions de filiales et de joint ventures	-	-	(11)	(24)	-	-	(1)	(1)	(18)	(6)	-	-	-	-	(6)	-	-	-	(36)	(31)
Résultat sur cession de filiales, joint ventures et autres titres de participation	-	(15)	-	5	-	(1)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	(9)
Résultat avant intérêts et impôt ("EBIT")	366	399	184	173	155	154	71	69	(199)	(346)	32	39	15	32	(116)	(28)	-	8	508	500
Produits d'intérêts	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	63
Charges d'intérêts	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(32)	(42)
Autres résultats financiers	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	7
Impôt sur le résultat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(220)	(232)
Résultat de l'exercice	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	298	296

	MedienGruppe RTL		Groupe M6		Fremantle- Media		RTL Nederland		Five Group		RTL Belgique		RTL Radio France		Autres secteurs		Eliminations		Total	
En millions d'euros	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Actifs sectoriels (entreprises associées exclues)	1 536	1 537	1 501	1 505	1 393	1 391	585	563	306	442	192	193	181	176	563	523	(163)	(181)	6 064	6 149
Participations dans des entreprises associées	39	41	-	7	18	-	-	-	-	-	-	-	-	-	359	394	-	-	416	442
Actifs sectoriels	1 575	1 578	1 501	1 512	1 411	1 391	585	563	306	442	192	193	181	176	922	917	(163)	(181)	6 480	6 591
Passifs sectoriels	600	559	634	613	359	337	115	147	187	199	107	103	75	70	331	314	(157)	(174)	2 251	2 168
Capital investi	975	1 019	867	899	1 052	1 054	440	416	119	243	85	90	106	106	591	603	(6)	(7)	4 229	4 423
Actifs sectoriels																			6 480	6 591
Actifs d'impôts différés																			465	513
Créance d'impôt																			42	105
Autres actifs																			1 334	1 363
Tresorerie et équivalents de trésorerie																			395	383
Total Actifs																			8 716	8 955
Passifs sectoriels																			2 251	2 168
Passifs d'impôts différés																			58	86
Dettes d'impôt																			152	229
Autres passifs																			725	601
Total Passifs																			3 186	3 084
Investissements	33	20	111	151	64	13	2	3	3	4	2	4	4	6	24	144	-	-	243	345
Amortissement et perte de valeur	(12)	(20)	(108)	(76)	(14)	(12)	(11)	(13)	(17)	(20)	(5)	(5)	(4)	(5)	(25)	(13)	-	-	(196)	(164)
Perte de valeur, goodwill exclus	(2)	-	(4)	(4)	3	(1)	-	(2)	(15)	-	-	-	-	-	(4)	(1)	-	-	(22)	(8)
Perte de valeur sur goodwill	-	-	-	-	-	-	-	-	(140)	(338)	-	-	-	-	(66)	(26)	-	-	(206)	(364)
Perte de valeur sur groupe destiné à être cédé	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(4)	-	-	-	-	-	-	-	(4)	-

4.2 Information géographique

La présentation du chiffre d'affaires par secteur géographique est fondée sur la localisation géographique des clients. Les actifs sectoriels sont déterminés en fonction de la localisation géographique des actifs. Le goodwill a été alloué de manière raisonnable aux secteurs géographiques sur base de l'affectation des risques et bénéfices par produits et services.

	Allemagne		France		Royaume-Uni		Pays-Bas		Autres régions		Total	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008
En millions d'euros												
Chiffre d'affaires externe	1 866	2 130	1 543	1 523	488	648	386	461	1 127	1 012	5 410	5 774
Actifs non courants	986	952	955	964	484	645	435	443	583	596	3 443	3 600
Actifs détenus en vue de la vente	-	-	-	-	-	-	-	-	23	-	23	-
Investissements	60	27	116	159	6	7	2	3	59	149	243	345

Le chiffre d'affaires généré au Luxembourg s'élève à 40 millions d'euros (2008 : 46 millions d'euros). Les actifs sectoriels autres que les instruments financiers, les actifs d'impôts différés et de régimes à prestations définies situés au Luxembourg s'élèvent à 30 millions d'euros (2008 : 33 millions d'euros).



5. ACQUISITIONS ET CESSIONS

5.1. Acquisitions et augmentations de participation dans des filiales et joint ventures

Le détail des acquisitions significatives réalisées durant l'exercice se terminant le 31 décembre 2009 est présenté dans la note 5.2. Les acquisitions ont été comptabilisées suivant la méthode de l'acquisition, le goodwill étant reconnu à l'actif. Toutes les acquisitions ont été incluses dans les comptes consolidés à la date où le contrôle a été transféré au Groupe.

En cumul, les activités acquises ont contribué au chiffre d'affaires pour 122 millions d'euros et au résultat attribuable aux actionnaires de RTL Group pour 16 millions d'euros, pour la période allant de leur date d'acquisition jusqu'au 31 décembre 2009. Si les regroupements d'entreprises avaient eu lieu au début de l'exercice, le chiffre d'affaires et le résultat net attribuable aux actionnaires de RTL Group, se seraient élevés respectivement à 5 434 millions d'euros et 204 millions d'euros.

5.2. Détail des acquisitions et augmentations de participation et cessions significatives dans des filiales et joint ventures

• 2009

M-RTL

Lors de l'assemblée extraordinaire des actionnaires tenue le 20 mars 2009, les actionnaires de M-RTL Zrt. ("M-RTL") ont donné leur aval pour les transferts d'actions, en particulier, pour le transfert de 20 pour cent des titres M-RTL détenus par Pearson Netherlands BV ("PNBV") vers KOS Beteiligungs- und Verwaltungsgesellschaft mbH ("KOS"). En conséquence, le litige entre les actionnaires, qui avait été conduit devant une cour arbitrale entre PNBV, IKO-Telekom Média Holding Rt. (n/k/a IKO Média Holding Zrt.) et M-RTL en décembre 2006, a donc été réglé. A la suite du transfert des titres M-RTL de PNBV à KOS, les pourcentages de vote et économiques de détention se répartissaient comme suit : RTL Group (49 pour cent), IKO-Telekom Média Holding Zrt. (31 pour cent), et KOS (20 pour cent).

Suite à la mise en place de pactes entre les actionnaires en date du 20 mars 2009, RTL Group a la capacité, en pratique, de contrôler M-RTL et donc a intégré globalement M-RTL depuis le 1^{er} avril 2009, sans qu'il y ait eu d'acquisition d'actions supplémentaires. Avant cette date, M-RTL était comptabilisé selon la méthode de la mise en équivalence. Le Groupe a constaté les actifs, passifs et passifs éventuels assumés identifiables suivants, à leurs justes valeurs, à la date de prise de contrôle :

- des relations clients à leurs justes valeurs de 6,8 millions d'euros, et
- un passif d'impôts différés y afférant de 1,4 million d'euros.

Si le regroupement d'entreprises avait eu lieu au 1er janvier 2009, les contributions au chiffre d'affaires consolidé et au profit consolidé du Groupe auraient été respectivement de 102 millions d'euros et 10 millions d'euros.

Le 26 juin 2009, RTL Group a acquis de KOS des actions sans droit de vote de M-RTL, représentant un intérêt économique de 18 pour cent pour un prix total de 42 millions d'euros. RTL Group détient donc actuellement un intérêt économique de 67 pour cent dans M-RTL, avec 49 pour cent de droits de vote. Cette acquisition supplémentaire d'actions d'une société déjà intégrée globalement a été comptabilisée comme une transaction sur capitaux propres et n'a donc pas donné lieu à un ajustement de goodwill.

Les diminutions de capitaux propres attribuables aux actionnaires de RTL Group et aux intérêts minoritaires s'élèvent respectivement à 32 millions d'euros et 10 millions d'euros.

<i>En millions d'euros</i>	Valeur comptable à la date de prise de contrôle	Valeur marginale	Juste valeur à la date de prise de contrôle	Acquisition d'intérêts minoritaires	Total
Trésorerie et équivalents de trésorerie	8	-	8	-	8
Programmes	1	-	1	-	1
Autres actifs incorporels	16	7	23	-	23
Immobilisations corporelles	9	-	9	-	9
Programmes et droits de diffusion courants	36	-	36	-	36
Clients, autres débiteurs et actifs financiers	27	-	27	-	27
Fournisseurs et autres créditeurs	(52)	-	(52)	-	(52)
Actifs / (passifs) d'impôts différés, nets	1	(1)	-	-	-
Intérêts minoritaires	(23)	(3)	(26)	10	(16)
Actifs nets acquis	23	3	26	10	36
Elimination de la contribution des entités auparavant consolidées en mise en équivalence			(23)	-	(23)
Variation de réserve de réévaluation suite à la prise de contrôle de M-RTL			(3)	-	(3)
Effet négatif dans les capitaux propres du Groupe lié à l'acquisition d'intérêts minoritaires			-	32	32
Prix d'achat total			-	42	42
Moins :					
Paiements différés liés aux acquisitions			-	(3)	(3)
Trésorerie et équivalents de trésorerie acquis			(8)	-	(8)
Décassements liés aux acquisitions			(8)	39	31

Original Productions

Le 20 février 2009, le Groupe a acquis 75 pour cent de Original FMM LLC, une société basée à Burbank, Etats-Unis, qui produit des émissions de télé-réalité, diffusées aux Etats-Unis mais aussi dans de nombreux autres pays. Le Groupe a accordé une option de vente à prix variable aux dirigeants de cette société pour les 25 pour cent restant. La juste valeur de l'option est enregistrée en dettes.

Cette transaction est qualifiée de regroupement d'entreprises puisque RTL Group a pris le contrôle de Original Productions. Le prix d'acquisition, net des liquidités acquises, s'élève à 38 millions d'euros, résultant en la comptabilisation d'un goodwill de 44 millions d'euros, la méthode de l'acquisition n'ayant pas mené à la constatation de justes valeurs additionnelles attribuables aux actifs nets acquis. Si l'acquisition avait eu lieu au 1er janvier 2009, les contributions au chiffre d'affaires consolidé et au profit consolidé du Groupe auraient été respectivement de 44 millions d'euros et 5 millions d'euros.



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

<i>En millions d'euros</i>	Valeur comptable à la date de prise de contrôle	Valeur marginale	Juste valeur
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7	-	7
Immobilisations corporelles	2	-	2
Programmes et droits de diffusion courants	14	-	14
Clients, autres débiteurs et actifs financiers	6	-	6
Fournisseurs et autres créditeurs	(25)	-	(25)
Obligations liées aux avantages du personnel	(2)	-	(2)
Prêts et emprunts portant intérêts	(1)	-	(1)
Actifs nets acquis	1	-	1
Goodwill			44
Prix d'achat total			45
Moins :			
Paiements différés liés aux acquisitions			(21)
Trésorerie et équivalents de trésorerie acquis			(7)
Décassements liés aux acquisitions			17

• **2008**

Alpha Media Group

En septembre 2008, le Groupe a signé un accord pour acquérir une participation majoritaire de 66,6% dans Alpha Media Group. Alpha Media Group inclut la chaîne nationale de télévision Alpha TV, la chaîne régionale Kanali 9 Thessaloniki, les stations de radio Alpha 98.9 et Palmos 96.5 ainsi que Plus Production, la société de production du groupe.

La transaction a été approuvée par les autorités de la concurrence grecques le 2 décembre 2008. Elle entraine dans le champ d'application des regroupements d'entreprises, RTL Group ayant acquis le contrôle de Alpha Media Group le 16 décembre 2008. Le prix d'achat total, net des liquidités acquises, s'élevait à 125 millions d'euros.

La méthode de l'acquisition, déterminée de manière provisionnelle en 2008, a été finalisée en 2009. Le Groupe a constaté les actifs, passifs et passifs éventuels assumés identifiables suivants, à leurs justes valeurs, à la date de prise de contrôle :

- la marque commerciale Alpha TV pour une valeur de 11,5 millions d'euros,
- des relations clients pour un montant de 2,5 millions d'euros,
- un passif d'impôts différés y afférant de 2,8 million d'euros, et
- un actif d'impôts différés de 9,7 millions d'euros.



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

<i>En millions d'euros</i>	Valeur comptable à la date de prise de contrôle	Valeur marginale *	Juste valeur
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7	-	7
Autres actifs incorporels	-	14	14
Immobilisations corporelles	17	-	17
Programmes et droits de diffusion courants	19	-	19
Clients, autres débiteurs et actifs financiers	59	-	59
Fournisseurs et autres créditeurs	(95)	-	(95)
Obligations liées aux avantages du personnel	(3)	-	(3)
Autres provisions	(2)	-	(2)
Actifs d'impôts différés, nets	-	7	7
Intérêts minoritaires	(1)	(7)	(8)
Actifs nets acquis	1	14	15
Goodwill			117
Prix d'achat total			132
Moins :			
Trésorerie et équivalents de trésorerie acquis			(7)
Décaissements liés aux acquisitions			125

* Re-présenté suite à la finalisation de la méthode de l'acquisition

En septembre et novembre 2009, RTL Group s'est séparé de ses activités de radio en Grèce pour un prix de vente de 2,2 millions d'euros, net de trésorerie cédée, résultant en un gain de cession de 0,6 million d'euros (voir notes 5.5. et 6.3.).

Cyrealis

Le 30 avril 2008, le Groupe M6 avait acquis 100% du capital de Cyréal. Les principales activités de Cyréal incluent l'exploitation de trois sites Internet éditoriaux Clubic.com (haute technologie), Jeuxvidéo.fr (jeux vidéo) et Neteco.com (commerce électronique) et Achetezfacile.com, un moteur de comparaison de prix.

Cette transaction entraine dans le champ d'application des regroupements d'entreprises, RTL Group ayant acquis le contrôle de Cyréal. Le Groupe avait reconnu les actifs, passifs et passifs éventuels assumés identifiables à leur juste valeur à la date de la transaction :

- Les marques commerciales "Clubic", "Achetez facile" et "Jeuxvideo" pour un montant de 1,4 million d'euros,
- Des droits de propriété intellectuelle liés au moteur de comparaison de prix pour un montant de 0,7 million d'euros, et
- Un passif d'impôts différés de 0,7 million d'euros.

La partie excédentaire du coût du regroupement d'entreprises par rapport à la juste valeur des actifs incorporels et impôts différés reconnus a été allouée au goodwill pour un montant de 40,4 millions d'euros. A fin 2008, le paiement différé sur cette transaction s'élevait à 18 millions d'euros.

Le goodwill a été diminué de 3,7 millions d'euros en 2009 suite à la revalorisation de l'ajustement ultérieur de prix, payé en 2009 pour un montant de 5 millions d'euros.

<i>En millions d'euros</i>	Valeur comptable à la date de prise de contrôle	Valeur marginale	Juste valeur
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1	-	1
Autres actifs incorporels	-	2	2
Clients, autres débiteurs et actifs financiers	3	-	3
Fournisseurs et autres créditeurs	(1)	-	(1)
Prêts et emprunts portant intérêts	(2)	-	(2)
Passif d'impôts différés, net	-	(1)	(1)
Actifs nets acquis	1	1	2
Goodwill			40
Prix d'achat total			42
Moins :			
Paiements différés liés à l'acquisition			(18)
Trésorerie et équivalents de trésorerie acquis			(1)
Décassements liés aux acquisitions			23

Hugo Films

Le 26 février 2008, RTL Group avait acquis 100% de Hugo Film SAS., une société de production française détenant un catalogue de films. Suite à l'application de la méthode de l'acquisition, les éléments suivants avaient été reconnus :

- Un catalogue de films pour 11,7 millions d'euros, et
- Un passif d'impôts différés de 4,4 millions d'euros.

Lemonline – WKW

En novembre 2008, le Groupe avait acquis les 51% qu'il ne détenait pas encore dans la société Lemonline Ltd et sa succursale, le réseau social en forte croissance Wer-kennt-wen.de. Préalablement à cette acquisition, Lemonline – WKW était comptabilisée selon la méthode de mise en équivalence. Cette transaction entraine dans le champ d'application des regroupements d'entreprises, RTL Group ayant acquis le contrôle de Lemonline – WKW pour un montant de 4 millions d'euros. La méthode de l'acquisition, déterminée de manière provisionnelle en 2008, a été finalisée en 2009 et n'a pas donné lieu à constatation de justes valeurs complémentaires pouvant être affectées aux actifs nets acquis.

AH Antenne

Avant avril 2008, AH Antenne n'était pas contrôlée par le Groupe, puisque le contrôle de la société était délégué au Comité Exécutif, dans lequel RTL Group ne détenait qu'un des cinq postes. En avril 2008, les statuts de la société ont été modifiés, et le contrôle a été transféré du Comité Exécutif vers l'Assemblée Générale des actionnaires. RTL Group détenant 54% du capital social et des droits de vote, et l'Assemblée Générale des actionnaires approuvant les résolutions à la majorité simple, RTL Group avait ainsi obtenu le contrôle de la société. Préalablement à ce changement, AH Antenne était comptabilisée selon la méthode de mise en équivalence. Cette transaction entraine dans le champ d'application des regroupements d'entreprises. Le goodwill précédemment présenté dans le poste "Participations dans des entreprises associées" avait été transféré vers le poste "Goodwill" pour un montant de 12 millions d'euros. La méthode de l'acquisition n'avait pas conduit à la comptabilisation de justes valeurs complémentaires pouvant être affectées aux actifs nets acquis.



RTL Shop

En août 2008, après accord de l'autorité allemande de la concurrence, RTL Group s'était désengagé de ses activités de téléshopping en Allemagne à travers la vente de RTL Shop à Aurelius, société holding industrielle basée à Munich. RTL Group avait reconnu une perte sur cession d'un montant de 13 millions d'euros.

Un paiement différé de coûts directs associés à la cession de RTL Shop a été effectué en 2009 pour un montant de 2,4 millions d'euros.

FremantleMedia Investments

Le 30 juin 2008, un accord avait été signé entre RTL Group et BBC Worldwide Australia Channel Pty Ltd concernant la vente de FremantleMedia Investment Pty Ltd pour un montant de 5,5 millions d'euros. Le gain pour le Groupe s'était élevé à 4 millions d'euros.

5.3 Actifs et passifs acquis

Le détail des actifs nets acquis et des goodwill s'y rapportant est le suivant :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008*
Information sur le prix d'achat :		
- Paiement en liquidités	68	171
- Paiements liés aux acquisitions effectuées au cours des exercices antérieurs	(5)	-
- Paiements différés	24	19
Prix d'achat total	87	190
Jute valeur des actifs nets acquis	(37)	(22)
Contribution des entités auparavant consolidées en mise en équivalence	23	6
Variation de réserve de réévaluation suite à la prise de contrôle	3	-
Effet (négatif) / positif dans les capitaux propres du Groupe lié à l'acquisition d'intérêts minoritaires	(32)	1
Goodwill	44	175

* Re-présenté (voir note 1.2.1.)



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

5.4 Décaissements liés aux acquisitions

Les actifs et passifs provenant des acquisitions sont les suivants :

<i>En millions d'euros</i>	2009				2008 *	
	Valeur comptable à la date de prise de contrôle	Valeur marginale	Juste valeur	Acquisition d'intérêts minoritaires	Total	Juste valeur
Trésorerie et équivalents de trésorerie	15	-	15	-	15	20
Programmes	1	-	1	-	1	13
Autres actifs incorporels	16	7	23	-	23	16
Immobilisations corporelles	11	-	11	-	11	20
Prêts et autres actifs financiers	-	-	-	-	-	1
Programmes et droits de diffusion courants	50	-	50	-	50	19
Clients, autres débiteurs et actifs financiers	33	-	33	-	33	67
Fournisseurs et autres créditeurs	(77)	-	(77)	-	(77)	(108)
Obligations liées aux avantages du personnel	(2)	-	(2)	-	(2)	(3)
Autres provisions	-	-	-	-	-	(2)
Prêts et emprunts portant intérêts	(1)	-	(1)	-	(1)	(20)
Actifs / (passifs) d'impôts différés, nets	1	(1)	-	-	-	2
Intérêts minoritaires	(23)	(3)	(26)	10	(16)	(3)
Actifs nets acquis	24	3	27	10	37	22
Elimination de la contribution des entités auparavant consolidées en mise en équivalence			(23)	-	(23)	(6)
Goodwill			44	-	44	175
Variation de réserve de réévaluation suite à la prise de contrôle			(3)	-	(3)	-
Effet négatif dans les capitaux propres du Groupe lié à l'acquisition d'intérêts minoritaires			-	32	(32)	(1)
Prix d'achat total			45	42	87	190
Moins :						
Paielements liés aux acquisitions effectuées au cours des exercices antérieurs			5	-	5	-
Paielements différés liés aux acquisitions			(21)	(3)	(24)	(19)
Trésorerie et équivalents de trésorerie acquis			(15)	-	(15)	(20)
Décaissements liés aux acquisitions			14	39**	53	151

* Re-présenté (voir note 1.2.1.)

** Présenté en "Transactions avec les intérêts minoritaires" dans les flux de trésorerie provenant des activités de financement

5.5 Actifs et passifs cédés

Le détail des actifs nets cédés et du résultat net sur cession s'y rapportant est le suivant :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Prix de cession total (voir note 5.2.)	2	7
Coûts directement liés à la vente de RTL Shop	-	(8)
Actifs nets cédés	(1)	(8)
Résultat net sur cession de filiales et joint ventures (voir note 6.3.)	1	(9)



5.6 Encaissements / (décaissements) liés aux cessions

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Trésorerie et équivalents de trésorerie	-	(8)
Goodwill	(2)	-
Prêts et autres actifs financiers	-	(2)
Clients, autres débiteurs et actifs financiers	(1)	-
Actifs détenus en vue de la vente	-	(12)
Fournisseurs et autres créditeurs	3	-
Passifs directement liés aux actifs détenus en vue de la vente	-	14
Intérêts minoritaires	(1)	-
Actifs nets cédés	(1)	(8)
Prix de cession total	2	7
Coûts directement liés à la vente de RTL Shop	-	(8)
Moins :		
Paiements liés aux cessions effectuées au cours des exercices précédents	-	1
Paiements différés liés aux coûts directement liés à la cession de RTL Shop	-	3
Paiements liés aux coûts directement liés à la cession de RTL Shop	(2)	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie cédés	-	(8)
Encaissements / (décaissements) liés aux cessions (voir note 5.2.)	-	(5)



6. COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

6.1 Chiffre d'affaires

<i>En millions d'euros</i>	2009	%	2008	%
Ventes d'espaces publicitaires	3 127	58%	3 439	59%
Echanges publicitaires	52	1%	51	1%
Autres recettes publicitaires	156	3%	166	3%
Recettes publicitaires nettes	3 335	62%	3 656	63%
Films, programmes et autres droits de diffusion – ventes ou licences accordées	1 303	24%	1 304	23%
Ventes de marchandises et services aux consommateurs	634	12%	658	12%
Services aux professionnels	138	2%	156	2%
	5 410	100%	5 774	100%

6.2 Autres charges d'exploitation

<i>En millions d'euros</i>	Notes	2009	2008
Frais de personnel (1)	6.2.1	905	861
Charges externes des programmes "live" (2)		364	351
Droits d'auteur		227	188
Charges externes de transmission		204	204
Autres achats stockés consommés		194	211
Charges liées au contrat de sous-production		179	221
Autres charges de marketing, promotion et relations publiques		123	133
Charges de location		85	83
Taxes d'exploitation		78	71
Audit, consulting et frais légaux (3)		64	58
Charges de marketing et de promotion - échange		50	43
Réparations et maintenance		47	49
Autres charges de distribution		34	35
Commissions sur ventes		24	25
Autres charges d'exploitation		115	152
		2 693	2 685

(1) L'augmentation nette résulte principalement du changement dans le périmètre de consolidation (M-RTL, Original Productions et Alpha Media Group). En excluant ces entités, les frais de personnel en 2009 s'élèvent à 858 million d'euros.

(2) En 2009, l'augmentation des charges non récurrentes est principalement liée aux provisions pour contrats déficitaires (voir note 7.13.). En 2008, le Groupe M6 a supporté une importante charge non récurrente relative à l'Euro 2008. En excluant M-RTL et Alpha Media Group sociétés nouvellement consolidées (voir note 5.2.), les charges externes des programmes "live" s'élèvent à 341 million d'euros en 2009.

(3) Honoraires relatifs à KPMG et PricewaterhouseCoopers et leurs réseaux respectifs, auditeurs du Groupe, sont présentés ci-dessous :

En millions d'euros	2009		2008	
	KPMG	PwC	KPMG	PwC
Service d'audit conformément à la législation	1.7	1.6	1.9	1.6
Autres services liés à l'audit	0.4	1.0	1.0	1.5
Autres services liés à la fiscalité	0.4	0.1	0.3	0.2
	2.5	2.7	3.2	3.3

6.2.1 Frais de personnel

En millions d'euros	2009	2008
Salaires et traitements	714	675
Sécurité sociale	151	140
Options sur actions attribuées au personnel	5	7
Charges de pension	11	13
Autres frais de personnel	24	26
	905	861

Les frais de personnel ci-dessus ne comprennent pas les coûts des employés capitalisés et directement rattachés à la production des programmes à hauteur de 210 millions d'euros pour 2009 (2008 : 214 millions d'euros). Les charges de pension correspondent aux régimes de retraite à cotisations définies pour 6 millions d'euros (2008 : 7 millions d'euros) et aux régimes de retraite à prestations définies pour 5 millions d'euros (2008 : 6 millions d'euros) (voir note 7.14.).

Le nombre moyen d'employés des entreprises du Groupe s'établit comme suit :

	2009	2008
Employés des entreprises intégrées globalement	9 811	9 103
Employés des joint ventures	90	88
	9 901	9 191

Le nombre moyen d'employés des joint ventures est calculé sur la base de l'intérêt du Groupe dans ces joint ventures.

En excluant M-RTL, Original Productions et Alpha Media Group, le nombre moyen d'employés des entreprises intégrées globalement s'élève à 8 866.

6.3 Résultat sur cession de filiales, joint ventures et autres titres de participations

Le résultat sur cession de filiales, joint ventures et autres titres de participations se rapporte aux transactions suivantes :

2009

- Gain sur la cession des filiales Alpha Radiofoniki SA, Alpha Radiofoniki Kronos SA et Kosmoradiotileoptiki SA EUR 1 million
- Perte sur la cession des autres titres de participation EUR (1) million

2008

- Gain sur la cession de la filiale Fremantle Investments Pty subsidiary EUR 4 millions
- Perte sur la cession de la filiale RTL Shop EUR (13) millions

6.4 Produits / (charges) d'intérêts, nets

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Produits d'intérêts sur prêts et créances	16	48
Produits d'intérêts liés aux impôts	4	15
Produits d'intérêts	20	63

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Charges d'intérêts sur passifs financiers	(16)	(20)
Charges d'intérêts liés aux impôts	(7)	(13)
Intérêts sur obligations aux titres des prestations définies(1)	(5)	(4)
Charges d'intérêts liés aux avantages au personnel	(4)	(5)
Charges d'intérêts	(32)	(42)
Produits / (charges) d'intérêts, nets	(12)	21

(1) Dont (voir note 7.14.):

- Rendement attendu des actifs des régimes : 3 millions d'euros (2008: 3 millions d'euros), et
- Amortissement de l'écart actuariel sur obligations au titre de prestations définies: (8) millions d'euros (2008: EUR (7) millions d'euros).

"Les produits d'intérêts sur prêts et créances" incluent un montant de 7 millions d'euros (2008: 23 millions d'euros) relatif au dépôt courant auprès de Bertelsmann AG (voir note 9.1.).

6.5 Autres résultats financiers

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Pertes de valeur sur actifs financiers destinés à la vente	(4)	(1)
Partie inefficace de la couverture de flux de trésorerie (voir note 3.)	(12)	(9)
Gain net sur Canal Plus France (voir note 7.5. et 7.8.)	21	20
Gain / (perte) net des actifs financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultat	16	(4)
Autres résultats financiers	1	1
	22	7

6.6 Impôt sur le résultat

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Impôt exigible	(192)	(195)
Impôt différé	(28)	(37)
	(220)	(232)

L'impôt sur le résultat du Groupe diffère du montant théorique qui résulterait de l'application du taux d'impôt applicable au Luxembourg:

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Bénéfice avant impôt	518	528
Taux d'impôt applicable au Luxembourg	28,59%	29,63%
Impôt calculé au taux d'impôt applicable au Luxembourg	148	156
Effet de taux d'impôt sur les résultats dégagés dans les pays étrangers et de l'impôt commercial en Allemagne	44	31
Impôt calculé au taux d'impôt sur le résultat applicable dans les pays respectifs	192 37,1%	187 35,4%
Changement de réglementation et de statut fiscal	-	3
Charges non déductibles	77	136
Produits non taxables	(63)	(86)
Diminution nette des actifs d'impôts différés	45	60
Crédits d'impôt non comptabilisés en compte de résultat	(13)	(13)
Impact des pertes fiscales reportables pour lesquelles aucun impôt différé actif n'a été reconnu	(10)	(24)
Charge d'impôt avant ajustements relatifs aux années précédentes	228 44,0%	263 49,8%
Ajustements sur impôt exigible relatif aux années précédentes	(8)	(31)
Charge d'impôt sur le résultat	220 42,5%	232 43,9%

Les charges non déductibles sont principalement liées aux pertes de valeur sur le goodwill de Five Group et d'Alpha Media Group, soit un effet fiscal de 56 millions d'euros (2008 : 108 millions d'euros ; voir note 7.2.).

Les "Produits non taxables" sont principalement liés à la commission reçue dans le cadre de l'accord de compensation pour un montant de 45 millions d'euros (2008 : 61 millions d'euros ; voir note 9.1.), aux plus-values réalisées et aux variations de justes valeurs pour 10 millions d'euros (2008: 11 millions d'euros) et à la quote-part de résultat dans des entreprises associées pour 8 millions d'euros (2008: 14 millions d'euros).

La diminution nette des actifs d'impôts différés résulte principalement de la revue des revenus d'intérêts générés par RTL Group SA, principalement due à la capitalisation des emprunts et à des taux d'intérêts plus faibles. Sur cette base, l'impôt différé actif au Luxembourg a été réduit de 40 millions d'euros à 0 million d'euros (2008 : réduit de 49 millions d'euros ; de 89 millions d'euros à 40 millions d'euros).

Suite au test de dépréciation (voir note 7.2.) et à la revue des projections de flux de trésorerie, l'actif d'impôt différé constaté antérieurement sur Five Group a été totalement annulé en 2008 pour un montant de (14) millions d'euros.

Les crédits d'impôt non comptabilisés en compte de résultat sont liés à la différence temporelle générée par l'amortissement du goodwill fiscal en Allemagne.



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Les ajustements sur impôts exigibles relatifs aux années précédentes sont principalement liés aux bulletins d'imposition définitifs aux Pays-Bas et aux résultats de contrôles fiscaux opérés en Allemagne en 2008.

L'effet des pertes fiscales pour lesquelles aucun actif d'impôts différés n'a été reconnu est lié au Luxembourg.

6.7 Résultat par action

Le résultat de base par action est calculé en divisant le résultat attribuable aux actionnaires de RTL Group de 205 millions d'euros (2008 : 194 millions d'euros) par la moyenne pondérée du nombre d'actions ordinaires en circulation au cours de l'exercice, soit 153 618 853 actions (2008: 153 618 853 actions) :

	2009	2008
Résultat attribuable aux actionnaires de RTL Group (en millions d'euros)	204,8	193,7
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires :		
Actions ordinaires émises au 1er janvier (note 7.15.1)	154 787 554	154 787 554
Effet des actions propres détenues (note 7.15.2)	(1 168 701)	(1 168 701)
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires	153 618 853	153 618 853
Résultat de base par action (en euros)	1,33	1,26
Résultat dilué par action (en euros)	1,33	1,26

Au titre de 2009 et 2008, le plan d'intéressement au capital ne crée pas d'effet dilutif étant donné que les options émises ont un prix d'exercice supérieur à la valeur de marché et ne sont pas, par conséquent, dilutives.

7. ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIERE CONSOLIDEE

7.1 Programmes et droits de diffusion, goodwill et autres actifs incorporels

<i>En millions d'euros</i>	(Co)- productions	Droits de distribution et de diffusion	Acomptes versés et (co)productions en cours	Total droits audiovisuels ⁽¹⁾	Goodwill *	Autres actifs incorporels *
Valeur brute						
Solde au 1er janvier 2008	529	857	13	1 399	5 549	550
Ecart de conversion	17	6	-	23	(143)	(36)
Augmentations	4	16	49	69	-	24
Diminutions	(7)	(36)	-	(43)	-	(19)
Filiales et joint ventures acquises ⁽²⁾	-	13	-	13	175	16
Transferts et autres variations	3	43	(40)	6	(11)	(24)
Solde au 31 décembre 2008	546	899	22	1 467	5 570	511
Ecart de conversion	(19)	(6)	-	(25)	(3)	1
Augmentations	8	26	48	82	-	48
Diminutions	-	(37)	-	(37)	-	(14)
Prise de contrôle de M-RTL ⁽²⁾	-	1	-	1	-	23
Filiales et joint ventures acquises ⁽²⁾	-	-	-	-	44	-
Filiales et joint ventures cédées	-	-	-	-	(2)	-
Transferts et autres variations ⁽³⁾	2	36	(48)	(10)	(3)	-
Solde au 31 décembre 2009	537	919	22	1 478	5 606	569

* Re-présenté (voir note 1.2.1.)

⁽¹⁾ Le total des droits audiovisuels inclut des droits produits par le Groupe

⁽²⁾ Voir notes 5.2., 5.3. et 5.4.

⁽³⁾ "Transferts et autres variations" sur goodwill sont principalement liés à Cyralis (voir notes 5.2.)

<i>En millions d'euros</i>	(Co-) productions	Droits de distribution et de diffusion	Acomptes versés et (co)productions en cours	Total droits audiovisuels ⁽¹⁾	Goodwill *	Autres actifs incorporels *
Amortissements et pertes de valeur						
Solde au 1^{er} janvier 2008	(520)	(799)	-	(1 319)	(2 402)	(193)
Ecart de conversion	(16)	(6)	-	(22)	22	13
Dotations de l'exercice	(7)	(46)	-	(53)	-	(51)
Pertes de valeur de l'exercice	-	(2)	-	(2)	(364)	(4)
Diminution du goodwill ⁽⁴⁾	-	-	-	-	(11)	-
Reprises sur pertes de valeur de l'exercice	-	1	-	1	-	-
Diminutions	7	36	-	43	-	19
Transferts et autres variations	-	(6)	-	(6)	10	24
Solde au 31 décembre 2008	(536)	(822)	-	(1 358)	(2 745)	(192)
Ecart de conversion	19	6	-	25	6	(1)
Dotations de l'exercice	(15)	(66)	-	(81)	-	(55)
Pertes de valeur de l'exercice	-	(1)	-	(1)	(206)	(22)
Reprises de pertes valeur de l'exercice	-	3	-	3	-	-
Diminution	-	37	-	37	-	9
Transferts et autres variations	8	(1)	-	7	-	-
Solde au 31 décembre 2009	(524)	(844)	-	(1 368)	(2 945)	(261)
Valeur nette comptable						
Au 31 décembre 2008	10	77	22	109	2 825	319
Au 31 décembre 2009	13	75	22	110	2 661	308

* Re-présenté (voir note 1.2.1.)

⁽⁴⁾ 11 millions d'euros d'actifs d'impôts différés non reconnus précédemment et liés à des pertes fiscales reportables ont été réalisés et enregistrés après la finalisation de la comptabilisation d'un regroupement d'entreprises. En conséquence, une perte de valeur sur goodwill a été enregistrée pour le même montant



Les autres actifs incorporels incluent principalement les marques commerciales Alpha TV (voir note 5.2.), Five, Mistergooddeal, M6 et Radio 538 pour un montant de 149 millions d'euros (2008: 154 millions d'euros) ainsi que les relations clients d'Alpha Media Group (voir note 5.2.), Groupe M6, Five Group et M-RTL (voir note 5.2.) pour un montant de 25 millions d'euros (2008: 27 millions d'euros).

Les actifs incorporels suivants reconnus à leur juste valeur au moment de la prise de contrôle par RTL Group ont été dépréciés en 2009 :

- La marque commerciale et les relations clients d'Alpha Media Group (voir note 5.2.), pour un montant de 3 millions d'euros et d'1 million d'euros, respectivement, et
- La marque commerciale et les relations clients de Five Group, pour un montant de 8 millions d'euros et 6 millions d'euros, respectivement.

La marque M6, dont la durée d'utilité est indéterminée, a été comptabilisée pour un montant de 120 millions d'euros. Un test de dépréciation a été effectué au 31 décembre 2009 et n'a pas conduit à la comptabilisation d'une perte de valeur.

En vue d'établir la durée d'utilité indéterminée de la marque M6, la direction du Groupe a pris en considération plusieurs facteurs tels que la longévité passée et attendue de la marque, l'éventuel impact des évolutions technologiques en matière de diffusion télévisuelle, l'évolution prévisible de l'environnement réglementaire de la télévision en France, la part d'audience actuelle et future de la chaîne M6 et la stratégie de la Direction de M6 visant à maintenir et renforcer la marque "M6". Sur base de l'analyse de ces facteurs, la Direction a conclu, et confirme au 31 décembre 2009, qu'il n'y a pas de limite prévisible à la période sur laquelle la marque M6 est susceptible de générer pour le Groupe des entrées nettes de trésorerie.

7.2 Tests de dépréciation du goodwill

Le goodwill est alloué aux unités génératrices de trésorerie ("UGT"), basées sur les centres de profits (voir note 4) mais également au niveau d'entrées de flux de trésorerie.

Tous les centres de profits et les unités génératrices de trésorerie opèrent principalement dans un pays, à l'exception de FremantleMedia considéré comme une unité génératrice de trésorerie unique opérant au niveau mondial.

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008*
Mediengruppe RTL Deutschland	869	869
Groupe M6	415	418
FremantleMedia	938	899
RTL Nederland		
- Télévision	124	124
- Radio	159	159
Five Group	-	132
RTL Belgium	31	31
RTL Radio France	65	65
Autres secteurs		
- Alpha Media Group	49	117
- Radio allemande	11	11
Goodwill sur unités génératrices de trésorerie	2 661	2 825

* Retraité (voir note 1.2.1.)



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Un test de dépréciation est réalisé au 31 décembre de chaque année ou lors de la survenance d'événements qui indique que la valeur comptable pourrait ne pas être recouvrée.

La valeur recouvrable des unités génératrices de trésorerie ("UGT") a été déterminée sur base de la valeur la plus élevée entre leur valeur d'utilité et leur juste valeur diminuée des coûts de la vente:

- La détermination de la valeur d'utilité est effectuée sur base des projections de flux de trésorerie futurs à l'exclusion des entrées et sorties de trésorerie futures, susceptibles d'être générées par des restructurations ou par l'amélioration ou l'accroissement de la performance de l'UGT, à moins que cette dernière ne soit engagée, en fin d'année, dans un plan de restructuration pour lequel des provisions auraient déjà été comptabilisées. De plus, dans le cadre de la détermination de cette valeur, le taux d'actualisation est étroitement lié aux paramètres du Groupe (principalement la prime de crédit, la taille de l'UGT et le ratio d'endettement), et
- La juste valeur diminuée des coûts de la vente correspond au montant qui pourrait être obtenue de la vente de l'UGT, ajusté des coûts attribuables à cette vente, dans une transaction effectuée dans des conditions du marché, entre parties consentantes et bien informées. La hiérarchie des sources d'informations permettant de déterminer une "juste valeur diminuée des coûts de la vente" est :
 - Un accord de vente irrévocable,
 - Un marché actif pour l'UGT, ou
 - La meilleure information disponible.

Le Groupe a déterminé sa juste valeur diminuée des coûts de la vente sur la base d'un modèle de flux de trésorerie actualisés dans la mesure où ce modèle reflète la valeur que "n'importe quel acteur sur le marché" serait prêt à payer dans le cadre d'une transaction effectuée dans des conditions normales de marché. A la différence de "la valeur d'utilité", qui reflète une utilisation à long terme de l'UGT par le Groupe, le modèle de "la juste valeur diminuée des coûts de la vente" prend en compte les flux de trésorerie futurs attendus de plans de restructuration et d'investissements futurs : en effet, ces derniers seraient raisonnablement entrepris par tout acteur sur le marché afin d'optimiser son investissement. De plus, le taux d'actualisation dans un modèle de "juste valeur diminuée des coûts de la vente" est calculé sur base d'une approche de marché appliquée à l'UGT et la plupart des paramètres utilisés proviennent d'informations de marché. Le modèle de "juste valeur diminuée des coûts de la vente" a notamment été utilisé au 30 Juin 2009 par le Groupe dans la détermination de la valeur recouvrable de l'unité génératrice de trésorerie de Five Group et d'Alpha Media Group (2008 : Five Group).

Les projections de flux de trésorerie futurs reposent sur les budgets préparés par la Direction et couvrent une période de 3 ans. Les flux de trésorerie après la période de 3 ans et jusqu'à 10 ans sont extrapolés à partir des taux de croissance et d'autres facteurs clés comme notamment les parts d'audience et de marché publicitaire, les taux de marge d'EBITA et de conversion de l'EBITA en flux de trésorerie basés sur les performances passées, et une anticipation de la performance future. Les flux de trésorerie au-delà de la période de dix ans sont extrapolés sur base d'une estimation des taux de croissance perpétuels et des taux d'actualisation repris ci-dessous.

Les taux de croissance perpétuels utilisés sont en accord avec les études publiées sur le secteur d'activité. Les taux d'actualisation ont été déterminés, UGT par UGT, pour refléter, si nécessaire, les facteurs suivants :

- Risque pays,
- Taille relative,
- "Credit spread" liée à la situation financière, et
- Le ratio d'endettement de l'UGT.

	2009		2008	
	Taux de croissance perpétuel % par an	Taux d'actualisation %	Taux de croissance perpétuel % par an	Taux d'actualisation %
Mediengruppe RTL Deutschland	2,5	8,2	2,5	8,2
Groupe M6	3,0	8,2	3,0	8,2
FremantleMedia	3,0	8,6	3,0	8,6
RTL Nederland				
- Télévision	2,5	8,2	2,5	8,2
- Radio	2,5	8,7	2,5	8,7
Five Group	3,0	9,2	3,0	9,2
RTL Belgium	2,5	8,2 et 8,6 (1)	2,5	8,2 et 8,6
RTL Radio France	2,5	8,6	2,5	8,6
Autres secteurs				
- Alpha Media Group	3,0	9,5 et 9,1 (2)	3,0	9,0
- Radio allemande	2,5	8,9	2,0	8,5

(1) Pour la télévision et la radio, respectivement

(2) Au 30 juin et au 31 décembre 2009, respectivement

Au 31 décembre 2009, la direction considère qu'aucun changement raisonnablement possible sur les parts de marché, la marge et le taux de conversion de la trésorerie ne devrait réduire l'écart positif entre la valeur recouvrable et la valeur comptable de la plupart des unités génératrices de trésorerie, RTL Nederland radio et la radio allemande exceptés. Si la croissance des revenus estimés pour 2010 et chacune des années suivantes avaient été réduites de 1 pour cent, RTL Group aurait reconnu une perte de valeur sur ces goodwill de 8 millions d'euros et 8 millions d'euros, respectivement. En ce qui concerne Alpha Media Group, une augmentation du taux d'actualisation de 1 pour cent combinée à une diminution de 1 pour cent de la croissance des revenus estimés pour 2010 et chacune des années suivantes aurait conduit à une perte de valeur supplémentaire sur le goodwill de 6 millions d'euros.

2009

Une perte de valeur sur goodwill a été constatée pour un montant de 206 millions d'euros.

Une perte de valeur de 140 millions d'euros a été constatée au 30 juin 2009 sur la valeur comptable des actifs de Five Group, le goodwill ayant été entièrement déprécié. Cette perte de valeur reflète la baisse, à la fois, du marché publicitaire et de la part de marché de Five. Le modèle de la juste valeur diminuée des coûts de la vente a été retenu, en tenant compte des dépenses et des bénéfices liés au plan de restructuration mis en place, et en appliquant un taux d'actualisation de 9,2 pour cent.

Une perte de valeur sur les actifs incorporels enregistrés à leur juste valeur au moment de la prise de contrôle de Five Group a été enregistrée pour un montant de 14 million d'euros (voir note 7.1.).

Une perte de valeur de 70 million d'euros a également été enregistrée au 30 juin 2009 sur la valeur comptable des actifs d'Alpha Media Group. Le marché publicitaire grec, bien plus faible comparé à celui du business plan initial, a conduit à une sous-performance du groupe. Un plan de réduction des coûts, incluant un premier plan de départ volontaire, a été lancé durant le premier semestre de l'exercice 2009, ce dernier n'ayant pas été suffisant pour compenser la baisse importante des revenus.



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Au 30 juin 2009, le modèle de la juste valeur diminuée des coûts de la vente a été retenu, en tenant compte des dépenses et des bénéfices liés au plan de restructuration mis en place, et en appliquant un taux d'actualisation de 9,5 pour cent. Compte tenu de ces éléments et des flux de trésorerie futurs révisés, il a été enregistré une perte de valeur de 70 millions.

Cette dernière a été entièrement allouée au goodwill provisionnel au 30 juin 2009. Suite à la finalisation de l'exercice de juste valeur au cours du second semestre de l'exercice 2009, la perte de valeur de 70 millions d'euros a été en partie réallouée au 31 Décembre 2009 à la juste valeur comptabilisée sur les actifs incorporels (voir note 7.1.), 66 millions d'euros restant alloués au goodwill. Comme le plan de restructuration a été mis en œuvre en 2009, le modèle de la valeur d'utilité a été retenu au 31 Décembre 2009 en utilisant un taux d'actualisation de 9,1 pour cent.

2008

Une perte de valeur sur goodwill a été constatée au 31 décembre 2008 pour un montant de 364 millions d'euros.

Une perte de valeur de 337 millions d'euros a été enregistrée sur la valeur comptable de Five Group et se justifie par :

- Un ralentissement significatif de la croissance à court terme du marché publicitaire de la télévision, et
- Des parts d'audience plus faibles dans un marché britannique de plus en plus fragmenté, affectant toutes les chaînes traditionnelles.

Le modèle de la juste valeur diminuée des coûts de la vente avait été utilisé, en tenant compte des coûts et des bénéfices du programme de restructuration mis en œuvre, et en appliquant un taux d'actualisation de 9,2%.

Sur base des éléments ci-dessus et des projections de flux de trésorerie révisés, il a été enregistré une perte de valeur au 31 décembre 2008, entièrement allouée au goodwill.

Une perte de valeur a également été constatée sur les activités radio du Groupe en Allemagne, détenues à 100% (26 millions d'euros). La valeur d'utilité a été retenue dans le contexte du test de dépréciation. Cette perte de valeur reflète :

- Un marché publicitaire de la radio plus faible en Allemagne, et
- Des difficultés structurelles qui perdurent compte tenu de l'absence de marché national de la radio.

Une autre perte de valeur sur goodwill pour un montant de 1 million d'euros a été enregistrée sur l'UGT Groupe M6.



7.3 Immobilisations corporelles

<i>En millions d'euros</i>	Terrains et constructions	Installations techniques	Autres	Total
Valeur brute				
Solde au 1er janvier 2008	435	317	179	931
Ecarts de conversion	(7)	(2)	(5)	(14)
Augmentations	6	24	31	61
Diminutions	(23)	(38)	(14)	(75)
Filiales et joint ventures acquises ⁽¹⁾	11	7	2	20
Solde au 31 décembre 2008	422	308	193	923
Ecarts de conversion	1	1	-	2
Augmentations	2	18	49	69
Diminutions	(1)	(27)	(9)	(37)
Prise de contrôle de M-RTL ⁽¹⁾	1	7	1	9
Filiales et joint ventures acquises ⁽¹⁾	-	2	-	2
Transferts et autres variations	5	1	(6)	-
Solde au 31 décembre 2009	430	310	228	968
Amortissements et pertes de valeur				
Solde au 1er janvier 2008	(212)	(255)	(123)	(590)
Ecarts de conversion	3	1	4	8
Dotations de l'exercice	(16)	(25)	(19)	(60)
Reprises de pertes valeur de l'exercice	-	(3)	-	(3)
Diminutions	19	37	13	69
Solde au 31 décembre 2008	(206)	(245)	(125)	(576)
Dotations de l'exercice	(15)	(24)	(21)	(60)
Reprises de pertes valeur de l'exercice	-	-	(2)	(2)
Diminutions	-	25	9	34
Transferts et autres variations	(1)	-	(1)	-
Solde au 31 décembre 2009	(222)	(244)	(138)	(604)
Valeur nette comptable :				
Au 31 décembre 2008	216	63	68	347
Au 31 décembre 2009	208	66	90	364

(1) Voir note 5.2.

Les immobilisations corporelles nettes détenues en location-financement au 31 décembre 2009 s'élèvent à 12 millions d'euros (2008: 14 millions d'euros).



7.4 Participations dans des entreprises associées

En millions d'euros	2009	2008
Solde au 1er janvier	442	466
Ecarts de conversion	(14)	(6)
Quote-part de résultat dans des entreprises associées	25	34
Distributions de dividendes	(28)	(50)
Variation de périmètre	(10)	(1)
Transferts et autres variations	1	(1)
Solde au 31 décembre	416	442

Les participations dans des entreprises associées comprennent un goodwill de 303 millions d'euros au 31 décembre 2009 (2008: 314 millions d'euros), dont 195 millions d'euros liés à Antena 3 De Television Group.

La variation du périmètre est principalement liée à la prise de contrôle de M-RTL en 2009 (voir note 5.2.), à la cession de Pages Jaunes Petites Annonces pour (6) millions d'euros et aux acquisitions dans l'activité de production.

Quote-part de résultat dans des entreprises associées :

En millions d'euros	2009	2008
Quote-part de résultat après impôt	26	46
Pertes de valeur sur participations dans entreprises associées	(1)	(12)
	25	34

Antena 3 De Television Group, RTL II and M-RTL (voir note 5.2.), ont contribué à la "quote-part de résultat dans des entreprises associées" à hauteur, respectivement, de 13, 9 et (2) millions d'euros en 2009 (2008: respectivement 19, 12 et 10 millions d'euros).

Une perte de valeur de 1 million d'euros liés à l'entreprise associée RTL9 a été reconnue en 2009 (2008: radio allemande et Pages Jaunes Petites Annonces entreprises associées pour 8 millions d'euros et 4 millions d'euros, respectivement).

L'effet de l'acquisition de participations dans des entreprises associées est le suivant :

En millions d'euros	2009	2008
Information sur le prix d'achat :		
• Paiements en liquidités	3	15
• Actifs nets apportés	1	-
• Paiements différés	15	-
Prix d'achat total	19	15
Juste valeur des actifs nets acquis	(11)	(3)
Goodwill dégagé sur les acquisitions d'entreprises associées	8	12
 En millions d'euros	 2009	 2008
Participations dans des entreprises associées	11	3
Actifs nets acquis	11	3
Goodwill généré sur acquisitions d'entreprises associées	8	12
Prix d'achat total	19	15
 Moins :		
Actifs nets apportés	(1)	-
Paiements différés	(15)	-
Décassements liés aux acquisitions d'entreprises associées	3	15

L'effet de la cession de participations dans des entreprises associées est le suivant :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Prix de cession total	7	-
Juste valeur des actifs nets cédés	(7)	-
Gain net sur cession de participations dans des entreprises associées	-	-

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Participations dans des entreprises associées	(7)	-
Actifs détenus en vue de la vente	-	-
Actifs nets cédés	(7)	-
Prix de cession total	7	-
Encaissements liés aux cessions de participations dans des entreprises associées	7	-

L'information financière relative aux principales entreprises associées, sur une base de 100 %, se résume comme suit :

		2009					
<i>En millions d'euros</i>	Pays	Actifs	Passifs	Capitaux propres	Chiffre d'affaires	Bénéfice de l'exercice	Intérêt du groupe (%)
Antena 3 De Television Group	Espagne	796	531	265	650	61	21,5
Ren TV	Russie	118	73	45	85	1	30,0
RTL2 GmbH & CoKG	Allemagne	91	56	35	259	27	35,8

		2008					
<i>En millions d'euros</i>	Pays	Actifs	Passifs	Capitaux propres	Chiffre d'affaires	Bénéfice de l'exercice	Intérêt du groupe (%)
Antena 3 De Television Group	Espagne	828	578	250	767	91	21,2
M-RTL	Hongrie	109	55	54	142	20	48,8
Ren TV	Russie	147	99	48	132	14	30,0
RTL2 GmbH & CoKG	Allemagne	107	64	43	285	35	35,8

Sur base du cours publié au 31 décembre 2009, la capitalisation boursière de 100% de Antena 3 De Television Group s'élève à 1 642 millions d'euros (2008: 906 millions d'euros).



7.5 Prêts et autres actifs financiers

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Actifs financiers disponibles à la vente (voir note 7.15.5.)	111	97
Canal Plus France	-	363
Surplus des régimes à prestations définies (voir note 7.14.)	3	-
Prêts et autres actifs financiers	151	129
	265	589

Aucune reprise de perte de valeur n'a été comptabilisée en 2009 ni en 2008.

Lors du quatrième trimestre 2006, le Groupe, via le Groupe M6, a cédé 34% de sa participation dans TPS et enregistré en contrepartie un investissement de 5,1% dans Canal Plus France ainsi qu'une option de vente exerçable en février 2010. Cette option de vente accorde au Groupe M6 la possibilité de vendre ses parts dans Canal Plus France au prix le plus élevé entre 384 millions d'euros (sur la base de février 2010) et un prix déterminé par des experts tiers. Lors de la comptabilisation initiale, RTL Group avait choisi de traiter cet ensemble, comprenant l'investissement de 5,1% des parts dans Canal Plus France et l'option de vente comme un instrument hybride enregistré en "actif financier à la juste valeur par le biais du compte de résultat". La juste valeur de cet instrument financier a été déterminée au 31 décembre 2008 sur la base de la valeur plancher de l'actif en 2010 de 384 millions d'euros actualisée avec un taux sans risque et s'élevait à 363 millions d'euros.

L'instrument financier hybride a été reclassé en 2009 en actif courant "Clients, autres débiteurs et actifs financiers" (voir note 7.8.).

Les mouvements des actifs financiers disponibles à la vente s'analysent comme suit :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Solde au 1^{er} janvier	97	87
Acquisitions et cessions, nettes	1	16
Variation de juste valeur, nette d'impôt	15	(6)
Pertes de valeur	(1)	-
Autres variations	(1)	-
Solde au 31 décembre	111	97

7.6 Actifs et passifs d'impôts différés

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008*
Actifs d'impôts différés	465	513
Passifs d'impôts différés	(58)	(86)
	407	427

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008*
Solde au 1^{er} janvier	427	476
Mouvements au compte de résultat	(28)	(37)
Mouvements en capitaux propres (1)	8	(16)
Variations de périmètre	-	4
Solde au 31 décembre	407	427

* Re-présenté (voir note 1.2.1.)



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

(1) Y compris

- (1) million d'euros (2008 : (4) millions d'euros) relatifs aux instruments dérivés sur éléments de capitaux propres,
- 1 million d'euros (2008 : 4 millions d'euros) relatifs aux options sur actions accordées aux employés,
- 7 millions d'euros (2008 : (9) million d'euros) relatifs à la variation de juste valeur sur la partie efficace des instruments de couverture de flux de trésorerie,
- (1) million d'euros (2008 : (6) million d'euros) relatifs à la variation de juste valeur des instruments de couverture de flux de trésorerie transférée au compte de résultat, et
- 2 millions d'euros (2008 : (1) million d'euros) relatifs aux écarts actuariels sur régimes à prestations définies.

Le Groupe a comptabilisé un actif d'impôt différé sur des différences temporelles liées à une transaction intra-groupe, qui sera extourné sur les 10 années à venir.

Le montant d'actifs d'impôts différés non comptabilisé s'élève à 1 689 millions d'euros au 31 décembre 2009 (2008: 1 633 millions d'euros).

Les pertes fiscales reportables sont comptabilisées en tant qu'actifs d'impôts différés dans la mesure où la réalisation de l'avantage fiscal par imputation sur des bénéfices imposables futurs est probable. Le Groupe a des pertes fiscales non comptabilisées de 5 938 millions d'euros (2008: 5 692 millions d'euros) à reporter sur des bénéfices imposables futurs. La majeure partie de ces pertes fiscales est générée à Luxembourg et reportable sans limitation de temps.

Les mouvements sur les comptes d'actifs et passifs d'impôts différés durant l'exercice s'établissent comme suit :

Actifs d'impôts différés <i>En millions d'euros</i>	Solde au 1^{er} janvier 2009*	Mouvements au compte de résultat	Mouvements en capitaux propres	Variations de périmètre	Transferts et autres variations	Solde au 31 décembre 2009
Actifs incorporels	280	(31)	-	1	-	250
Programmes et droits de diffusion	82	33	-	-	(1)	114
Immobilisations corporelles	2	-	-	-	-	2
Provisions	50	21	1	-	-	72
Pertes fiscales (voir note 6.6.)	115	(51)	-	-	-	64
Autres	20	2	6	1	-	29
Compensation	(36)	-	-	-	(30)	(66)
	513	(26)	7	2	(31)	465

Passifs d'impôts différés <i>En millions d'euros</i>	Solde au 1^{er} janvier 2009*	Mouvements au compte de résultat	Mouvements en capitaux propres	Variations de périmètre	Transferts et autres variations	Solde au 31 décembre 2009
Actifs incorporels	(85)	7	-	(1)	-	(79)
Immobilisations corporelles	(18)	1	-	(1)	-	(18)
Provisions	(4)	(1)	-	-	-	(5)
Autres	(15)	(9)	1	-	1	(22)
Compensation	36	-	-	-	30	66
	(86)	(2)	1	(2)	31	(58)

* Re-présenté (voir note 1.2.1.)



7.7 Programmes et droits de diffusion courants

<i>En millions d'euros</i>	2009			2008		
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette
(Co)productions	344	(307)	37	369	(300)	69
Programmes TV	67	-	67	73	-	73
Autres droits de diffusion et de distribution	1 012	(255)	757	948	(213)	735
Programmes et droits de diffusion	1 423	(562)	861	1 390	(513)	877
(Co)productions et programmes en cours	135	(3)	132	135	(8)	127
Acomptes versés sur (co)productions, programmes et droits	154	-	154	133	-	133
Programmes et droits de diffusion en cours	289	(3)	286	268	(8)	260
	1 712	(565)	1 147	1 658	(521)	1 137

Les pertes de valeur et reprises de pertes de valeur s'élèvent respectivement à (103) millions d'euros et 37 millions d'euros en 2009 (2008: (81) millions d'euros et 39 millions d'euros).

7.8 Clients, autres débiteurs et actifs financiers

<i>En millions d'euros</i>	2009			2008		
	Moins de 1 an	Plus de 1 an	Total	Moins de 1 an	Plus de 1 an	Total
Créances commerciales	925	4	929	902	5	907
Créances sur des entreprises associées	30	-	30	25	-	25
Charges constatées d'avance	126	-	126	85	27	112
Juste valeur des instruments dérivés	31	-	31	104	-	104
Dépôt courant auprès de l'actionnaire (voir 9.1.)	542	-	542	602	-	602
Canal Plus France	384	-	384	-	-	-
Autres actifs financiers courants	8	-	8	47	-	47
Montant à recevoir vis-à-vis de l'actionnaire suivant l'accord d'intégration fiscale (voir note 9.1.)	323	-	323	237	-	237
Autres créances	109	4	113	118	2	120
	2 478	8	2 486	2 120	34	2 154

Les pertes de valeur et reprises de pertes de valeur s'élèvent respectivement à (35) millions d'euros et 21 millions d'euros en 2009 (2008: (26) millions d'euros et 18 millions d'euros, respectivement).

L'instrument financier hybride Canal Plus France a été reclassé en 2009 en actif courant "Clients, autres débiteurs et actifs financiers" pour un montant de 363 millions d'euros (voir note 7.5.). Au 31 décembre 2009, la juste valeur de cet instrument financier a été déterminée comme précédemment sur la base de la valeur plancher actualisée de 384 millions d'euros, étant donné, qu'il n'existe aucune indication, au 31 décembre 2009, d'une valeur significativement différente de celle-ci. Les mouvements de juste valeur de cet instrument, résultant uniquement de l'effet d'actualisation, sont comptabilisés en "Autres résultats financiers" pour un montant de 21 millions d'euros en 2009 (2008 : 20 millions d'euros) (voir note 6.5.).

**7.9 Trésorerie et équivalents de trésorerie**

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Disponibilités	145	126
Dépôts à terme (moins de 3 mois)	58	35
Autres équivalents de trésorerie	192	222
	395	383

Les "Autres équivalents de trésorerie" correspondent à des fonds d'investissements monétaires pour 192 millions d'euros (2008 : 222 millions d'euros).

Le dépôt auprès de l'actionnaire est présenté dans le poste clients, autres débiteurs et actifs financiers (voir note 7.8.).

7.10 Actifs détenus en vue de la vente et passifs directement liés aux actifs détenus en vue de la vente**Actifs non courants détenus en vue de la vente**

Groupe destiné à être cédé :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Actifs d'impôts différés	1	-
Programmes et droits de diffusion	12	-
Autres stocks	2	-
Clients, autres débiteurs et actifs financiers	12	-
Perte de valeur sur groupe destiné à être cédé	(4)	-
	23	-

Passifs directement liés à des actifs non courants détenus en vue de la vente

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Fournisseurs et autres créditeurs	10	-
	10	-

La valeur nette comptable du groupe destiné à être cédé s'élève à 13 millions d'euros au 31 décembre 2009 (2008: nulle).



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

7.11 Emprunts et concours bancaires

Passifs courants

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Découverts bancaires	5	6
Emprunts bancaires (1)	44	7
Crédit-bail	2	3
Autres emprunts à court terme	24	2
	75	18

(1) Principalement lié à Alpha Media Group pour 35 millions d'euros (2008 : 1 million d'euros).

Passifs non courants

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Emprunts bancaires	61	72
Crédit-bail	10	13
Autres emprunts non courants	10	8
	81	93

Echéancier de remboursement

2009

<i>En millions d'euros</i>	Moins de 1 an	de 1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Total
Découverts bancaires	5	-	-	5
Emprunts bancaires	44	61	-	105
Crédit-bail	2	10	-	12
Autres emprunts	24	10	-	34
	75	81	-	156

2008

<i>En millions d'euros</i>	Moins de 1 an	de 1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Total
Découverts bancaires	6	-	-	6
Emprunts bancaires	7	72	-	79
Crédit-bail	3	13	-	16
Autres emprunts	2	7	1	10
	18	92	1	111



7.12 Fournisseurs et autres créiteurs

Dettes courantes*En millions d'euros*

	2009	2008
Fournisseurs et autres créiteurs	1 072	1 162
Montants dus aux entreprises associées	22	13
Obligations liées aux avantages du personnel	134	95
Produits constatés d'avance	111	96
Sécurité sociale et autres impôts	67	70
Juste valeur des instruments dérivés	34	41
Montant à payer vis-à-vis de l'actionnaire suivant l'accord d'intégration fiscale (voir note 9.1.)	368	298
Autres dettes	356	333
	2 164	2 108

Dettes non courantes

2009

2008

<i>En millions d'euros</i>	De 1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Total	De 1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Total
Fournisseurs et autres créiteurs	65	9	74	50	11	61
Obligations liées aux avantages du personnel	2	114	116	2	97	99
Produits constatés d'avance	4	-	4	-	-	-
Sécurité sociale et autres impôts	3	-	3	2	-	2
Autres dettes	92	43	135	91	41	132
	166	166	332	145	149	294

7.13 Provisions

<i>En millions d'euros</i>	Avantages du personnel	Litiges	Restructurations	Contrats déficitaires	Autres provisions	Total
Solde au 1er janvier 2009	79	68	24	54	31	256
Provisions constituées durant l'exercice	17	25	6	96	18	162
Provisions utilisées durant l'exercice	(14)	(16)	(13)	(30)	(3)	(76)
Provisions reprises durant l'exercice	(1)	(17)	(3)	(5)	(11)	(37)
Gains actuariels reconnus en capitaux propres	7	-	-	-	-	7
Autres variations	-	1	-	(1)	2	2
Solde au 31 décembre 2009	88	61	14	114	37	314

En millions d'euros

2009

2008

Courant	183	135
Non courant	131	121
	314	256



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Les provisions sont principalement liées aux éléments suivants :

- Les "avantages du personnel" comprennent les provisions pour les régimes de pensions à prestations définies pour 87 millions d'euros (2008: 78 millions d'euros) (voir note 7.14.) et les provisions pour autres avantages du personnel pour 1 million d'euros (2008: 1 million d'euros).
- Les "litiges" incluent des provisions comptabilisées par le Groupe M6 pour 29 millions d'euros (2008 : 28 millions d'euros), par Mediengruppe RTL Deutschland pour 14 millions d'euros (2008 : 9 millions d'euros), par FremantleMedia pour 7 millions d'euros (2008 : 3 millions d'euros) et couvrent également d'autres litiges en cours.
- Les "contrats déficitaires" comprennent principalement les provisions faites par Mediengruppe RTL Deutschland pour 83 millions d'euros (2008 : 28 millions d'euros) et le Groupe M6 pour 28 millions d'euros (2008: 15 millions d'euros) liés à l'offre de programmes, et concernent surtout les programmes sportifs. Sur 96 millions d'euros de provisions comptabilisées au cours de l'année, 65 millions d'euros ont été imputés au compte de résultat à la suite de la baisse significative du marché publicitaire sur la durée de vie de plusieurs contrats de droits sportifs. La charge la plus importante qui s'élève à 53 millions d'euros est liée au contrat Formule 1 pour le marché allemand, qui court jusqu'à la fin de 2011. Si la baisse attendue des recettes publicitaires ne se matérialisait pas selon la même étendue que celle estimée par la Direction, le solde de la provision pour contrats déficitaires pourrait être ajusté au cours du prochain exercice, et
- Les "autres provisions" incluent les provisions constituées par le Groupe M6 pour 28 millions d'euros (2008: 15 millions d'euros) et FremantleMedia pour 5 millions d'euros (2008: 11 millions d'euros).

Les autres mouvements correspondent principalement à des reclassifications en "Fournisseurs et autres créditeurs".

7.14 Avantages du personnel

RTL Group a mis en place ou participe à de nombreux régimes à prestations définies et à cotisations définies à travers l'Europe. Ces régimes ont été mis en place et fonctionnent en conformité avec les lois et réglementations nationales. Une description des principaux régimes de pensions est fournie ci-dessous :

Belgique

Les employés de RTL Belgium participent à un régime à prestations définies couvert par un contrat d'assurance auprès de la compagnie d'assurance AXA. Le plan assure des prestations à ses bénéficiaires lors de la retraite et du décès. Les actifs du contrat d'assurance ne sont pas individualisés mais mutualisés avec l'ensemble des actifs de la Société ("Branche 21"). Un taux d'intérêt est garanti par AXA.

France

Le Groupe M6, Ediradio, ID et IP France ont mis en place des régimes d'indemnités de départ à la retraite, qui, en application de la loi, procurent des indemnités forfaitaires aux employés lors de leur départ à la retraite. Ces indemnités sont calculées sur base de la durée de service au sein de la société et de la rémunération des employés à la date de la fin de leur contrat de travail, conformément à la convention collective en application. Le régime d'indemnité de retraite de Ediradio et ID est partiellement couvert par un contrat d'assurance auprès de la compagnie d'assurance AXA. Ediradio a également mis en place un régime à prestations définies qui procure des prestations de retraite à ses bénéficiaires. Ce régime est partiellement financé par un contrat d'assurance auprès d'AXA. Les actifs du contrat d'assurance ne sont pas individualisés mais mutualisés avec l'ensemble des actifs de la Société. Un taux d'intérêt est garanti par AXA.

Allemagne

Les employés de UFA Berlin Group (incluant UFA Fernsehproduktion, UFA Entertainment, UFA Film & TV Produktion), Universum Film, UFA Film & Fernseh et de RTL Group Deutschland participent au régime multi-employeurs de Bertelsmann. Ce régime est à prestations définies et n'est pas financé. Chaque employeur participant à ce régime dispose de passifs identifiables séparément.

RTL Television, AVE Hörfunkbeteiligung et IP Deutschland gèrent leurs propres obligations de retraite. IP Deutschland a mis en place un régime individuel à prestations définies pour cinq employés actuels et pour des anciens salariés.

RTL Television a mis en place un régime individuel de retraite à prestations définies pour deux employés et un ancien salarié. De plus, un certain nombre d'employés participent à un régime de pension financé assurant des prestations à ses bénéficiaires et leurs proches lors de la retraite et du décès.

Le régime de RTL Television est partiellement financé par un contrat d'assurance vie avec AXA. Les actifs du contrat d'assurance ne sont pas individualisés mais mutualisés avec l'ensemble des actifs de la compagnie d'assurance. Un taux d'intérêt est garanti par AXA.

Luxembourg

Les employés de CLT-UFA, de RTL Group et de Broadcasting Center Europe (BCE) participent à un régime à prestations définies qui procure des prestations à ses membres lors du départ en retraite, du décès et en cas d'invalidité. CLT-UFA, RTL Group et BCE provisionnent le régime à prestations définies pour retraite non financé. Les décès et cas d'invalidités sont couverts par un contrat d'assurance auprès de la compagnie d'assurance Fortis Luxembourg-Vie.

Royaume-Uni

FremantleMedia Group Limited gère le "FremantleMedia Group Pension Plan" ("le Plan Fremantle") qui a été mis en place le 29 décembre 2000 et qui était nommé jusqu'au 1^{er} septembre 2005 le "RTL Group UK Pension Plan". Le Plan Fremantle couvre à la fois des régimes à prestations définies et à cotisations définies. Les actifs du régime couvrent à la fois le régime des prestations et cotisations définies et se composent principalement d'actions.

Les montants comptabilisés dans l'état de situation financière sont déterminés comme suit :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Valeur actuelle des engagements financés	84	68
Juste valeur des actifs des plans	(66)	(52)
	18	16
Valeur actuelle des engagements non financés	66	62
Passifs, nets	84	78
Actifs (voir note 7.5.)	3	-
Provisions (voir note 7.13.)	87	78

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
(Gains) / pertes sur les ajustements des actifs liés à l'expérience	6	(11)
Gains sur les ajustements des provisions liés à l'expérience	(2)	(4)



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Les mouvements de la valeur actuelle des engagements financés et non financés sont les suivants :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Solde au 1^{er} janvier	130	142
Coût des services rendus (voir note 6.2.1.)	6	7
Coût financier	8	7
Ecarts actuariels	11	(15)
Contribution des employés	1	2
Engagements payés par l'employeur	(3)	(4)
Engagements payés sur les actifs des plans	(2)	(2)
Effet des réductions ou liquidations	(1)	(1)
Ecarts de conversion	-	(9)
Autres	-	3
Solde au 31 décembre	150	130

Les mouvements de la juste valeur des actifs des plans sont les suivants :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Solde au 1^{er} janvier	52	63
Rendement attendu des actifs des régimes	3	3
Ecarts actuariels	4	(11)
Contribution des employés	7	5
Contribution des employeurs	1	2
Engagements payés sur les actifs des plans	(2)	(2)
Ecarts de conversion	1	(8)
Solde au 31 décembre	66	52

Les actifs des plans se décomposent ainsi :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Actions	44	34
Instruments d'emprunts	18	13
Immeubles	2	2
Autres	2	3
Juste valeur	66	52

Le rendement constaté des actifs des régimes a été de 7 millions d'euros (2008: 8 millions d'euros).

Les contributions attendues liées aux régimes de retraite pour l'exercice qui clôturera au 31 décembre 2010 sont de 5 millions d'euros.



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Les montants présentés au compte de résultat s'établissent comme suit :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Coût des services rendus	6	7
Effet des réductions ou liquidations	(1)	(1)
Total inclus dans les frais de personnel (voir note 6.2.1.)	5	6

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Coût financier	8	7
Rendement attendu des actifs des régimes	(3)	(3)
Total inclus dans les charges d'intérêts nettes (voir note 6.4.)	5	4

Le montant cumulé des pertes actuarielles comptabilisées en capitaux propres au 31 décembre 2009 est de (8) millions d'euros (2008 : (1) million d'euros).

Les principales hypothèses actuarielles sont :

	2009 % annuel	2008 % annuel
Taux d'actualisation	5,30-5,90	5,70-6,00
Rendement attendu des actifs des régimes	3,50-5,90	3,50-6,80
Taux d'inflation à long terme	1,80-3,50	1,80-2,90
Taux attendu d'augmentation des salaires	2,25-5,00	2,50-4,50
Taux attendu d'augmentation des retraites	1,80-3,35	1,90-2,85

7.15 Capitaux propres

7.15.1. Capital

Au 31 décembre 2009, le capital souscrit s'élève à 192 millions d'euros (2008: 192 millions d'euros) et est représenté par 154 787 554 actions ordinaires intégralement libérées, sans désignation de valeur nominale (2008: 154 787 554). Toutes les actions jouissent des mêmes droits.

7.15.2. Actions propres

La réserve pour actions propres comprend le coût d'acquisition des actions de la Société détenues par le Groupe. Au 31 décembre 2009, le Groupe détient 1 168 701 actions propres (2008: 1 168 701) de la Société à un coût de 44 millions d'euros (2008: 44 millions d'euros).

7.15.3. Ecart de conversion

Les écarts de conversion comprennent toutes les différences de change liées à la conversion des états financiers des activités à l'étranger, des réserves de change relatives aux entreprises associées et sur instruments de couverture de flux de trésorerie ainsi qu'aux prêts désignés comme investissements nets dans des filiales étrangères du Groupe, le remboursement de ces prêts n'étant ni planifié ni probable dans un avenir prévisible.



7.15.4. Réserves de couverture

Les réserves de couverture (y compris la partie attribuable aux intérêts minoritaires) comprennent la partie efficace de la variation nette cumulée de juste valeur des instruments de couverture des flux de trésorerie.

Entre le 31 décembre 2008 et le 31 décembre 2009, les réserves de couverture ont diminué, comme suit, de (16) millions d'euros avant impôt, comme suit :

- Diminution de (1) million d'euros liée aux contrats de change qui existaient au 31 décembre 2008 et qui couvrent toujours des éléments hors-bilan au 31 décembre 2009,
- Diminution de (9) millions d'euros liée aux contrats de change qui existaient au 31 décembre 2008 mais qui ont été transférés des réserves de couverture en compte de résultat, et
- Diminution de (6) millions d'euros liée aux contrats de change couvrant de nouveaux éléments hors-bilan.

Entre le 31 décembre 2007 et le 31 décembre 2008, les réserves de couverture ont augmenté de 76 millions d'euros, avant impôt, comme suit :

- Augmentation de 27 millions d'euros liée aux contrats de change qui existaient au 31 décembre 2007 et qui couvraient toujours des éléments hors-bilan au 31 décembre 2008,
- Augmentation de 28 millions d'euros liée aux contrats de change qui existaient au 31 décembre 2007 mais qui ont été transférés des réserves de couverture en compte de résultat, et
- Augmentation de 21 millions d'euros liée aux contrats de change couvrant de nouveaux éléments hors-bilan.

7.15.5 Réserves de réévaluation

Les réserves de réévaluation comprennent :

- La variation nette cumulée de la juste valeur des actifs financiers disponibles à la vente (voir note 7.5.) jusqu'à ce que l'actif ne soit plus comptabilisé ou bien déprécié, pour 43 millions d'euros (2008: 28 millions d'euros), et
- L'augmentation cumulée de la juste valeur des immobilisations incorporelles et corporelles suite à la prise de contrôle du Groupe M6 et M-RTL (voir note 5.2.) et l'acquisition d'entreprises associées réalisée par étapes (2009 : 54 millions d'euros ; 2008: 51 millions d'euros).

7.15.6 Dividendes

Lors de l'Assemblée Générale du 21 avril 2010, un dividende de 3,50 euros par action relatif à l'exercice 2009 sera proposé. Les états financiers présentés ne reflètent pas ce dividende à payer qui sera comptabilisé en affectation du résultat en 2010. Les dividendes relatifs à l'exercice 2008 s'élevaient à 3,50 euros par action (incluant un dividende extraordinaire de 2,10 euros par action) soit 541 millions d'euros.

La politique de dividendes de RTL Group consiste à distribuer au moins un dividende ordinaire entre 35 et 50% des résultats ordinaires.



7.15.7 Plan d'intéressement au capital

Plan d'intéressement au capital de RTL Group

Le 25 juillet 2000, le Groupe a mis en place un plan d'option sur actions (le "Plan") pour certains directeurs et employés du Groupe.

Eligibilité

Tous les participants au Plan doivent être employés par RTL Group ou une de ses filiales au moment où l'option leur est accordée.

Octroi

Le nombre d'actions accordées à un participant au Plan est laissé à l'appréciation du Comité de rétribution, celui-ci étant le Conseil d'Administration ou un comité dûment constitué, établi entre autres aux fins de gérer le Plan. Les participants sont en droit de renoncer aux options qui leur ont été accordées. Les participants ne seront pas requis de payer une quelconque somme au titre de l'octroi d'une quelconque option dans le cadre du Plan.

Limites du Plan

Le nombre d'actions ordinaires qui peuvent faire l'objet d'une option dans le cadre du Plan ne peut en aucun cas dépasser 0,5% du nombre total d'actions ordinaires émises par la Société.

Prix d'exercice

Le prix qui doit être payé par un participant pour exercer les options qui lui ont été allouées dans le cadre du Plan, correspond à la moyenne des prix de clôture à la Bourse de Bruxelles pendant les 20 jours ouvrables précédant l'attribution de l'option, ou à un prix supérieur ou inférieur déterminé par le comité de rétribution.

Exercice

Normalement, chaque tiers du nombre total des options est exerçable à la deuxième, troisième et quatrième date anniversaire de la date d'attribution des options, ou en accord avec d'autres modalités d'exercice fixées par le comité de rétribution. Les options doivent normalement être exercées dans un délai maximum de 10 ans à partir de la date d'attribution ou sur une période plus courte déterminée par le comité de rétribution. Les options peuvent être exercées par anticipation en cas de décès.

Les options sur actions au 31 décembre 2009 ont les caractéristiques suivantes (en milliers d'options) :

Date d'échéance	Prix d'exercice (en euros)	Nombre d'options 2009	Nombre d'options 2008
Août 2010	120,00	6	6
Décembre 2010	85,24	118	123
Mai 2011	85,24	1	1
		125	130



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Les mouvements du nombre d'options sur actions au cours de l'exercice se présentent comme suit :

En milliers d'options	2009		2008	
	Prix d'exercice moyen en euros par action	Nombre d'options	Prix d'exercice moyen en euros par action	Nombre d'options
Options au 1 ^{er} janvier	87	130	87	139
Options arrivées à échéance/annulées durant l'exercice	85	(5)	85	(9)
Options au 31 décembre	87	125	87	130

Le cours de bourse des actions de RTL Group sur la Bourse de Bruxelles était de 47 euros au 31 décembre 2009 (42,5 euros au 31 décembre 2008).

Plan d'intéressement au capital du Groupe M6

Le Groupe M6 a mis en place un plan d'intéressement au capital pour des dirigeants et pour certains employés du groupe. Le nombre d'options accordées à un participant est approuvé par le Conseil de Surveillance de Métropole Télévision S.A. conformément à l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale des Actionnaires.

Les conditions d'octroi, toutes les options devant être exercées par remise d'actions, sont les suivantes :

Date d'octroi	Nombre d'options initialement octroyées (en milliers)	Options restantes (en milliers)	Conditions d'exercice	Durée de vie contractuelle des options (1)
Plans d'options				
06-2002	710,50	-	4 ans de service	7 ans
07-2003	713,50	421,00	4 ans de service	7 ans
11-2003	20,00	20,00	4 ans de service	7 ans
04-2004	861,50	527,00	4 ans de service	7 ans
06-2005	635,50	421,50	4 ans de service	7 ans
06-2006	736,75	504,25	4 ans de service	7 ans
05-2007	827,50	651,50	4 ans de service	7 ans
05-2008	883,83	793,73	4 ans de service	7 ans
Plans d'actions gratuites				
05-2007 (*)	188,30	-	2 ans de service + conditions de performance	
05-2008 (*)	280,72	200,76	2 ans de service + conditions de performance	
07-2009 (*)	346,70	344,20	2 ans de service + conditions de performance	
12-2009 (*)	45,65	45,65	2 ans de service + conditions de performance	
Total	6 250,45	3 929,59		

(1) La durée de vie contractuelle des options correspond à la période des conditions d'exercice (4 ans) plus 3 ans (qui représentent la période durant laquelle l'option peut être exercée)

(*) Le nombre maximum d'actions gratuites, si certaines conditions en termes de performance sont dépassées, devrait s'élever à 456 705. Ce nombre pourrait être réduit à zéro si ces objectifs ne sont pas atteints.



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Le prix à payer en cas d'exercice d'une option correspond au cours moyen des actions de Métropole Télévision à la Bourse de Paris sur les vingt séances précédant la date de son octroi, à l'exception des actions gratuites attribuées au management.

Les mouvements du nombre d'options d'achat au cours de l'exercice se présentent comme suit (en milliers d'options):

En milliers d'options	Prix d'exercice moyen par action (en euros)	Prix d'exercice moyen par action		2008
		2009	(en euros)	
Options au 1 ^{er} janvier	23	4 083	25	3 791
Options émises durant l'exercice	-	-	25	884
Options exercées durant l'exercice	-	-	-	-
Options arrivées à échéance/annulées durant l'exercice	25	(744)	28	(592)
Options au 31 décembre	22	3 339	23	4 083

Environ 591 milliers d'actions gratuites restent exerçables au 31 décembre 2009 contre 448 milliers au 1^{er} janvier 2009. 393 milliers d'actions gratuites ont été octroyées durant l'exercice 2009, 112 milliers ont été exercées et 138 milliers annulées.

Les options d'achat au 31 décembre 2009 ont les caractéristiques suivantes (en milliers d'options) :

<i>Date d'échéance</i>	Prix d'exercice (en euros)	Nombre d'options 2009	Nombre d'options 2008
Plan d'options			
2009	28,06	-	393
2010	22,53	441	477
2011	24,97	527	567
2012	19,94	421	459
2013	24,60	504	584
2014	27,52	652	732
2015	14,73	794	871
		3 339	4 083
Plan d'actions gratuites			
2009		-	171
2010		201	277
2011		390	-
		591	448
Total		3 930	4 531
Dont exerçables		1 943	1 401

Le cours de bourse des actions Métropole Télévision était de 17,97 euros au 31 décembre 2009 (13,85 euros au 31 décembre 2008).

La juste valeur des services reçus en contrepartie des options sur actions octroyées est déterminée sur base de la juste valeur des options sur actions octroyées. L'estimation de la juste valeur des services reçus est calculée selon le modèle binomial. Les actions gratuites sont évaluées au prix de l'action à la date d'octroi moins les dividendes actualisés que les employés ne peuvent pas recevoir durant la période pendant laquelle les employés peuvent exercer leurs options.



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Date d'octroi	Prix de l'action (en euros)	Prix d'exercice (en euros)	Volatilité (en %)	Taux d'intérêt sans risque (en %)	Rendement attendu (en %)	Prime de liquidité (en %)	Durée de vie de l'option	Frais de personnel (en millions d'euros)	
Plan d'options								2009	2008
28/04/2004	24,97	24,97	52,3	3,32	4,34	15	6 ans	-	(0,8)
02/06/2005	20,17	19,94	41,8	3,24	5,24	15	6 ans	0,2	0,4
06/06/2006	24,63	24,60	43,1	4,02	3,81	15	6 ans	0,9	1,1
02/05/2007	26,55	27,52	37,8	4,40	3,99	15	6 ans	1,3	1,3
06/05/2008	15,22	14,73	40,0	4,39	6,30	15	6 ans	0,7	0,4
								3,1	2,4
Plan d'actions gratuites									
06/06/2006	24,63	N/A	N/A	4,02	3,81	0	2 ans	-	1,7
02/05/2007	26,55	N/A	N/A	4,40	3,99	15	2 ans	(0,6)	1,7
06/05/2008	15,22	N/A	N/A	4,39	6,30	15	2 ans	1,4	1,1
28/07/2009	13,00	N/A	N/A	2,49	4,90	15	2 ans	0,8	-
23/12/2009	18,02	N/A	N/A	1,42	4,01	15	2 ans	-	-
Total								1,6	4,5
								4,7	6,9

7.15.8. Transactions sur les intérêts minoritaires

Les principales transactions s'établissent comme suit :

2009

- M-RTL : voir note 5.2.,
- Les actionnaires minoritaires d'Alpha Media Group ont souscrit pour 7 millions d'euros aux augmentations de capital et ont bénéficié indirectement des augmentations de capital souscrites unilatéralement par RTL Group, et
- Le Groupe M6 a acquis en 2009 des actions propres dans le cadre de son plan d'attribution d'action gratuite et du contrat de liquidité.

2008

- RTL Group a octroyé des options de vente au management d'une nouvelle société. Comme le mécanisme de l'option de vente est basé sur des éléments variables, l'option de vente a été enregistrée en passif avec, en contrepartie, un impact en capitaux propres attribuables aux actionnaires de RTL Group. L'annulation des intérêts minoritaires a été traitée comme une opération sur capitaux propres ("Equity transaction", voir note 1.3.1.), et
- Le Groupe M6 a poursuivi en 2008 ses rachats d'actions propres conformément au programme décidé en 2007. Le Groupe M6 a également acheté ses actions propres dans le cadre de son plan d'attribution d'actions gratuites. Pour l'exercice se terminant le 31 décembre 2009, 0,98 million d'actions, dont 0,48 million auprès de Bayard d'Antin S.A., ont été acquises. Le décaissement y relatif s'élève à 18 millions d'euros.

7.15.9. Dérivés sur instruments de capitaux propres

Les dérivés sur instruments de capitaux propres correspondent aux contrats à terme du Groupe M6 sur ses actions propres M6.

8. ENGAGEMENTS ET EVENTUALITES

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Engagements et avals donnés	48	40
Contrats sur acquisitions de droits, (co)productions et programmes	2 188	2 186
Contrats de location simple	595	559
Obligations contractuelles liées aux transmissions et distributions	255	270
Autres contrats à long terme et engagements	308	276

Le Groupe détient des participations dans des entités à responsabilité illimitée. Dans le cas où ces entités font des pertes, le Groupe peut être tenu de participer à la totalité des pertes, même si ces entités ne sont pas détenues à 100 pour cent.

8.1 Engagements et avals donnés

Ces engagements correspondent à des obligations éventuelles accordées par le Groupe, en sa qualité de producteur exécutif, à des tiers ayant payé des avances. Ces engagements sont présentés indépendamment de la comptabilisation globale ou partielle, dans l'état de la situation financière, des actifs et passifs sous-jacents. Ces engagements auraient pour effet d'augmenter le risque de perte qui serait supportée par le Groupe dans le cas où les productions ne seraient pas livrées.

8.2 Contrats de location simple

Les loyers futurs relatifs aux contrats de location simple non résiliables sont les suivants :

	2009				2008			
	<i>En millions d'euros</i>				<i>En millions d'euros</i>			
Paiements au titre des contrats de location	Moins de 1 an	De 1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Total	Moins de 1 an	De 1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Total
Location de répéteurs satellites	31	80	25	136	16	50	12	78
Autres contrats de location simple	82	173	204	459	77	193	211	481
	113	253	229	595	93	243	223	559

Les "Autres contrats de location simple" correspondent principalement à la location de bureaux, d'immeubles et d'équipements en Allemagne, en France et au Royaume-Uni.

Un bâtiment faisant l'objet d'un contrat de location a été sous-loué par le Groupe. Le contrat de location initial et le contrat de sous-location expirent en septembre 2011. Les loyers futurs relatifs au contrat de sous-location attendus en 2010 s'élèvent à 3 millions d'euros.

8.3 Obligations contractuelles liées aux transmissions et distributions

Ces contrats résultent d'accords passés avec des fournisseurs de service en relation avec la transmission terrestre et câblée et la distribution de signaux analogiques et numériques pour les chaînes de télévision et les radios de RTL Group.



8.4 Autres contrats à long terme et engagements

Le Groupe est engagé dans d'"autres contrats à long terme et engagements" pour un montant de 308 millions d'euros au 31 décembre 2009 (2008: 276 millions d'euros).

Les contrats à long terme incluent notamment les contrats de services, des accords pour l'achat de biens ou de marchandises, et des engagements d'achat de licences autres que les droits audiovisuels et engagements d'achats de programmes pour la télévision qui sont fermes et irrévocables et dont tous les termes sont spécifiés dans le contrat d'achat. D'autres engagements ont trait à des opérations de cessions-bails réalisées par FremantleMedia.

FremantleMedia a conclu des contrats de cessions-bails à hauteur de 72 millions d'euros (2008: 78 millions d'euros) sur une période de 8 ans. Selon ces contrats, FremantleMedia a cédé des programmes et droits de diffusion à une entité ad-hoc et simultanément les a reloués à travers un crédit-bail. La trésorerie reçue est placée sur un compte bancaire bloqué ouvert auprès d'une banque à rating A et destiné uniquement aux versements des loyers du crédit-bail et n'est pas considérée comme un actif comme défini par SIC 27. Le revenu perçu par FremantleMedia a été comptabilisé au compte de résultat lors de la conclusion des contrats.

Dans le cadre de la transaction entre Radio 538 et RTL Nederland, RTL Group et Talpa Media Holding se sont mis d'accord sur un mécanisme d'ajustement ultérieur de prix.

8.5 Licences

Dans le cadre de l'exercice de leurs activités, plusieurs sociétés du Groupe bénéficient de concessions d'exploitation de fréquences qui engagent le Groupe selon diverses modalités qui dépendent de la législation en vigueur dans les pays concernés.



9. INFORMATION RELATIVE AUX PARTIES LIEES

Identité des parties liées

Au 31 décembre 2009, le principal actionnaire du Groupe est Bertelsmann Capital Holding GmbH ("BCH") (91 %). Les actions restantes du Groupe sont cotées sur les Bourses de Bruxelles et de Luxembourg. Les autres parties liées du Groupe comprennent des entreprises associées, des joint ventures, des administrateurs et dirigeants.

9.1 Transactions avec les actionnaires

Achats et ventes de biens et services

Durant l'exercice, le Groupe a effectué des ventes de biens et services et des achats de biens et services avec le Groupe Bertelsmann pour respectivement 10 millions d'euros (2008: 21 millions d'euros) et 22 millions d'euros (2008: 51 millions d'euros). A la fin de l'exercice, le Groupe a des créances et des dettes vis-à-vis du Groupe Bertelsmann pour respectivement 4 millions d'euros (2008: 4 millions d'euros) et 5 millions d'euros (2008: 4 millions d'euros).

Dépôts auprès de Bertelsmann AG

Afin d'investir son surplus de trésorerie, RTL Group SA a conclu en 2006 avec Bertelsmann AG un contrat de dépôt dont les principaux termes sont les suivants :

- Les taux d'intérêts sont déterminés pour un dépôt "overnight" à partir du taux EONIA plus 10 points de base et pour un dépôt de un ou trois mois à partir de EURIBOR plus 10 points de base, et
- Bertelsmann AG a accordé à RTL Group comme garantie du remboursement un gage sur :
 - La totalité des actions de sa filiale française détenue à 100 %, Média Communication SAS,
 - La totalité des actions de sa filiale espagnole détenue à 100 %, Media Finance Holding SL,
 - La totalité des intérêts de Bertelsmann AG dans le "partnership" allemand à responsabilité limitée Gruner & Jahr AG Co KG (73,4% des parts), et
 - La totalité des actions de sa filiale anglaise détenue à 100%, Bertelsmann UK Ltd.

Les intérêts dans Gruner & Jahr AG Co. KG et les actions de Bertelsmann UK Ltd ont également été donnés en garantie par Bertelsmann AG à CLT-UFA S.A., filiale de RTL Group, au titre des créances relatives aux accords d'intégration fiscale et de compensation tels que décrits ci-dessous.

Le montant total du dépôt et des créances mentionnées ci-dessus ne doit pas excéder 60 % de la juste valeur des actifs gagés, qui sont réévalués régulièrement.

Au 31 décembre 2009, le montant en principal du dépôt auprès de Bertelsmann AG s'élève à 89 millions d'euros (2008: 24 millions d'euros) sur une base "overnight", 450 millions d'euros (2008: 575 million d'euros) sur une base à trois mois. Le total des intérêts constatés en produit au titre de ce dépôt s'élève en 2009 à 7 millions d'euros (2008: 23 millions d'euros).

RTL Group SA a en outre conclu un contrat de dépôt en Amérique du Nord avec Bertelsmann Inc. Les taux d'intérêt sont basés sur US Libor plus 10 points de base. Au 31 Décembre 2009, le montant du dépôt s'élève à 3 millions d'euros (2008 : 0 euros). Le total des intérêts constatés au titre de ce contrat s'élève en 2009 à 0 euros (2008: 0 euros).



Fiscalité

Le 26 juin 2008, le Conseil d'Administration de RTL Group a décidé de mettre en place une intégration fiscale entre sa filiale, détenue indirectement, RTL Group Deutschland GmbH ("RGD") et BCH, une filiale directement détenue par Bertelsmann AG.

À cet effet, RTL Group, via RGD, a conclu un accord d'intégration fiscale ("Profit and Loss Pooling Agreement") avec BCH pour une période de six ans à compter du 1er janvier 2008. En parallèle, Bertelsmann AG a conclu un accord de compensation ("Compensation Agreement") avec CLT-UFA, une filiale directe de RTL Group, prévoyant le paiement à CLT-UFA d'une compensation pour le transfert de bénéfice mentionné ci-dessus et d'une commission supplémentaire ("la Commission") correspondant à 50% de l'économie d'impôt calculée sur base du bénéfice imposable de RGD.

Via ces accords, à partir du 1 janvier 2008, Bertelsmann AG et le sous-groupe RGD de RTL Group sont considérés comme une seule entité d'un point de vue fiscal en Allemagne.

Comme l'accord d'intégration fiscale ("Profit and Loss Pooling Agreement") ne donne pas autorité à BCH d'instruire ou de contrôler RGD, il n'affecte pas la capacité de RTL Group, ni celle de RGD à gérer leurs activités, ni leur responsabilité d'optimiser leurs structures fiscales comme ils l'entendent. Après six ans, tant l'accord d'intégration fiscale ("Profit and Loss Pooling Agreement") que l'accord de compensation ("Compensation Agreement") sont renouvelables annuellement. RGD et CLT-UFA peuvent demander à mettre fin de façon anticipée à l'accord d'intégration fiscale ("Profit and Loss Pooling Agreement") et à l'accord de compensation ("Compensation Agreement") sous certaines conditions.

En absence de traitement spécifique recommandé par les Normes Internationales d'Information Financière (IFRS), RTL Group a choisi de reconnaître en impôts exigibles sur le revenu et liés au sous-groupe de RGD, les montants payables à Bertelsmann AG et BCH suite à l'accord d'intégration fiscale et à l'accord de compensation décrits ci-dessus. Les impôts différés, calculés sur la base d'un taux d'impôt qui a été adopté, continuent à être reconnus dans les comptes consolidés en fonction des bénéfices futurs du Groupe sur lesquels ils pourront être imputés. La Commission, économiquement et contractuellement étroitement liée à la compensation, est enregistrée comme une réduction de l'impôt exigible sur base des accords.

Au 31 décembre 2009, le solde payable à BCH s'élève à 368 millions d'euros (2008 : 298 millions d'euros) et le solde à recevoir de Bertelsmann AG s'élève à 323 millions d'euros (2008 : 237 million d'euros).

Pour la l'année se terminant le 31 décembre 2009, l'impôt sur le résultat exigible en Allemagne suivant l'intégration fiscale avec Bertelsmann AG s'élève à 96 millions d'euros (2008 : 126 millions d'euros). La Commission s'élève à 45 millions d'euros (2008 : 61 millions d'euros).

La cession de crédits d'impôt au Royaume-Uni par Five Group et FremantleMedia Group à Bertelsmann Group a engendré un produit d'impôt de 9 millions d'euros (2008 : 7 millions d'euros).



9.2 Transactions avec les entreprises associées et joint ventures

Les transactions suivantes ont été effectuées avec les entreprises associées et les joint ventures:

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Ventes de biens et services aux parties liées :		
Entreprises associées	48	65
Joint ventures	22	21
	70	86
Achats de biens et services aux parties liées :		
Entreprises associées	8	8
Joint ventures	10	11
	18	19

Les ventes et achats avec des entreprises associées et des joint ventures ont été effectuées aux conditions du marché.

Les soldes de clôture résultant des ventes et achats de biens et services sont les suivants:

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Créances sur des parties liées :		
Entreprises associées	28	19
Joint ventures	4	4
	32	23
Dettes sur des parties liées :		
Entreprises associées	1	2
Joint ventures	-	1
	1	3

9.3 Transactions avec les principaux dirigeants

En complément de leurs salaires, le Groupe octroie également des avantages en nature à ses principaux dirigeants (membres du Comité exécutif) et contribue en leur faveur à un régime de retraite à prestations définies.

La rémunération totale des principaux dirigeants se présente comme suit :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Avantages à court terme et indemnités de fin de contrat de travail	4,2	4,4
Avantages en matière de pensions	0,1	-
	4,3	4,4

Le nombre total d'options d'achat d'actions expirant en 2010 octroyées aux principaux dirigeants a été nul en 2009 et 2008. Le nombre d'options restant octroyées aux principaux dirigeants et administrateurs exécutifs à la fin de l'année s'élève à 11 500 (2008: 11 500).



9.4 Rémunération des administrateurs

En 2009, un montant de 0,5 million d'euro (2008: 0,5 million d'euro) a été alloué sous forme de jetons de présence aux membres non exécutifs du Conseil d'Administration de RTL Group SA et des Comités qui en émanent, en vertu de leurs fonctions au sein de RTL Group SA ainsi que dans d'autres sociétés du Groupe.

10. PARTICIPATIONS DANS DES JOINT VENTURES

Les principales joint ventures sont les suivants :

	Pays	Intérêt du Groupe (%)	
		2009	2008
RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG	Allemagne	50,00	50,00
TCM droits audiovisuels SNC	France	50,00	50,00

Les éléments suivants, intégrés dans les états financiers consolidés, représentent les intérêts du Groupe dans les actifs et passifs, produits et charges des joint ventures :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Actifs non courants	9	11
Actifs courants	45	50
Passifs non courants	(4)	(5)
Passifs courants	(30)	(31)
Actifs nets	20	25

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Produits	87	95
Charges	(68)	(72)

Les éléments suivants, intégrés dans les états financiers, représentent les intérêts du Groupe dans les engagements des joint ventures :

<i>En millions d'euros</i>	2009	2008
Contrats sur acquisitions de droits, (co)production et programmes	3	5
Contrats de location simple	3	3
Autres contrats à long-terme et engagements	8	7

**11. EVENEMENTS POST-CLOTURE**

Le 1^{er} janvier 2010, FremantleMedia est entré dans un nouveau contrat de bail pour une période de 15 ans pour ses locaux actuels à Londres, qui représente un engagement de 100 millions de GBP (112 millions d'euros) et une valeur actuelle de 33 millions de GBP (37 millions d'euros) en appliquant un taux d'actualisation de 5,4 pour cent.

M6 a annoncé le 1^{er} Février 2010, en conformité avec le calendrier de l'accord conclu le 4 Janvier 2007, l'exercice de l'option de vente en vue de céder sa participation de 5,1 pour cent dans Canal+ France à Vivendi. Cet exercice a entraîné le paiement par Vivendi du prix minimum garanti de 384 millions d'euros en date du 22 Février 2010.

12. RELEVÉ DES SOCIÉTÉS DU GROUPE

	2009			2008		
	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
RTL Group SA			M			M
Télévision						
Allemagne *						
CBC Cologne Broadcasting Center GmbH		99,7	F		99,7	F
Clipfish GmbH Co. KG		99,7	F		99,7	F
El Cartel Media GmbH & Co. KG		35,8	E		35,8	E
Gute Zeiten - Schlechte Zeiten Vermarktungsgesellschaft mbH		99,7	F		99,7	F
I21 Musikproduktions- und Musikverlagsgesellschaft mbH		99,7	F		99,7	F
Infonetwork GmbH		99,7	F		99,7	F
IP Deutschland GmbH		99,7	F		99,7	F
Mediascore Gesellschaft für Medien und Kommunikationsforschung mbH		75,0	F		75,0	F
Norddeich TV Produktionsgesellschaft mbH		74,8	F		74,8	F
N-TV Nachrichtenfernsehen GmbH		99,7	F		99,7	F
N-TV Services GmbH	(20)		NC		99,7	F
Passion GmbH		99,7	F		99,7	F
RTL Creation GmbH		99,7	F		99,7	F
RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG		49,8	P		49,8	P
RTL Games GmbH (formerly Alpha Online GmbH)	(20)		NC		99,7	F
RTL Group CLT Cable and Satellite GmbH (ex CLT Vermögensverwaltungs GmbH)		99,7	F		99,7	F
RTL Group Deutschland Markenverwaltungs GmbH		99,7	F		99,7	F
RTL Hessen GmbH		99,7	F		99,7	F
RTL Hessen Programmfenster GmbH (ex RTL Hessen GmbH)		59,8	F		59,8	F
RTL Interactive GmbH	(20)		NC		99,7	F
RTL Interactive GmbH (ex RTL Enterprises GmbH)		99,7	F		99,7	F
RTL Nord GmbH		99,7	F		99,7	F
RTL Television GmbH		99,7	F		99,7	F

2009

2008

	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
RTL2 Fernsehen Geschäftsführung GmbH		35,8	E		35,8	E
RTL2 Fernsehen GmbH & Co.KG		35,8	E		35,8	E
S4M Solutions For Media GmbH		19,8	E		19,8	E
Tele West Rheinisch - Westfälische Fernsehgesellschaft mbH & Co. KG		99,7	F		99,7	F
Traumpartner TV GmbH	(20)		NC		99,7	F
Universum Film GmbH		99,7	F		99,7	F
VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber und Leistungsschutzrechte mbH		49,8	E		49,8	E
Vox Holding GmbH		99,7	F		99,7	F
VOX Television GmbH (ex Vox Film & Fernseh GmbH & Co.KG)		99,4	F		99,4	F
Wer-Kennit-Wen de GmbH		99,7	F			NC
WKW Ltd	(20)		NC			F

Autriche *

IPA Plus (Osterreich) Verm. für Fernsehwerbung GmbH		49,8	F		49,8	F
---	--	------	---	--	------	---

Belgique *

Home Shopping Service Belgique SA	(2)	57,2	F	(2)	48,5	F
RTL Belgium SA (ex TVI S.A.)		65,8	F		65,8	F
Société Européenne de Télévision Belgique GIE	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Unité 15 Belgique SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F

Chypre *

Alpha Media Group Limited	(24)	69,7	F	(24)	66,4	F
---------------------------	------	------	---	------	------	---

Croatie *

RTL Hrvatska d.o.o. (ex RTL Croatia d.o.o.)		73,8	F		73,8	F
---	--	------	---	--	------	---

Espagne *

Antena 3 Canarias SLU (ex Uniprex Television Digital Terrestre Canarias SLU)	(7)	15,9	E	(7)	15,7	E
Antena 3 de Television, S.A.	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E

	2009			2008		
	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
Antena 3 Directo SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Antena 3 Films SLU (ex Ensueno Films SL)	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Antena 3 Eventos SLU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Antena 3 Multimedia SLU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Antena 3 TDT De Canarias SA	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Antena 3 Tematica SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Antena 3 TV de Colombia SA	(21)		NC	(7)	21,2	E
Antena de Radiodifusion SAU (ex Cadena de Voz de Radio Difusion SA)	(7)	11,8	E	(7)	11,6	E
Atres Advertising SLU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Canal 3 Televisión, S.A	(7)	5,2	E	(7)	5,1	E
Canal Media Radio Galicia SLU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Canal Media Radio SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Canal Radio Baleares S.L	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Canal Radio Castilla y Leon SLU	(7)	21,5	E	(7)		NC
Canal Radio Madrid S.L	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Canal Radio Valencia SLU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Compania Tres Mil Ochocientos SLU	(20)		NC	(7)	21,2	E
Corporacion Radiofonica Castilla Leon SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Corporacion Radiofonica Region de Murcia SA	(21)		NC	(7)	10,6	E
Ensueno Films SLU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Estaciones Radiofonicas de Aragon SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Grupo Universal Emisoras de Radio Amanecer SAU	(20)		NC	(7)	21,2	E
Guadiana Producciones SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
I3 Television SL	(7)	10,8	E	(7)	10,6	E
Ipar Onda SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
La Veu de Llerda SLU	(20)		NC	(7)	21,2	E
Medipress Valencia SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Movierecord Cine SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Musica Aparte SAU (ex Antena 3 Editorial SA)	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Onda Cero SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E



Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

	2009			2008		
	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
Ondadit SLU	(20)		NC	(7)	21,2	E
Organizaciones Deportivas Y Culturales De Unipublic SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Publicidad 3 SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Radio Alamedilla SAU	(20)		NC	(7)	21,2	E
Radio Mega Aragon S.L.	(7)	21,5	E			NC
Radio Noticias noventa SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Radio Sistemas Radiofonicos Cinco SLU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Radio Tormes SAU	(20)		NC	(7)	21,2	E
Rkor Radio SLU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
RTL Group Communications SLU	(20)		NC		99,7	F
Union Iberica de Radio SAU	(20)		NC	(7)	21,2	E
Uniprex SAU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Uniprex Television Digital Catalana SLU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Uniprex Television Digital Terrestre Andalusia SL	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Uniprex Television Digital Terrestre Canarias SLU	(7)	15,9	E	(7)	15,7	E
Uniprex Television SLU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Uniprex Valencia TV SLU	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
Unipublic SA	(7)	21,5	E	(7)	21,2	E
VNews Agencia de Noticias SL	(7)	10,8	E	(7)	10,6	E
VSAT Compania de Producciones SL	(21)		NC	(7)	9,5	E
France *						
33 FM SAS	(2)	46,1	F	(2)	41,2	F
A ton service (ex M6 operation) SAS	(2)		NC	(2)	16,5	E
C. Productions SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Citato Sarl	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Club Téléachat SNC	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
DIEM 2 SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Echo6 SAS	(2)	24,3	P	(2)	24,3	P
Edit TV/ W9 SNC	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F

Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

2009 2008

	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
Femmes en ville SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Football Club des Girondins de Bordeaux SASP	(2)	48,4	F	(2)	48,4	F
FUN TV SNC	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Girondins Expressions SASU	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Girondins Horizons SASU	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Groupepment JV SARL	(21)		NC	(2)	23,8	E
Home Shopping Service SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Hugo Films SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Immobilier 46D SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Immobilier M6 SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
La boîte à News SARL	(2)	24,3	F	(2)	24,3	F
Live Stage SAS	(2)	48,0	F	(2)	48,0	F
M6 Bordeaux SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Communication SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Creations SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Development SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Diffusions SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Divertissement SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Editions SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Evenements SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Films SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Foot SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Interactions SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Numérique SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Publicité SASU	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Recreative SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Studio SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Thématique SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Toulouse SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
M6 Web SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F

	2009			2008		
	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
Mandarin Films SAS	(20)		NC	(2)	48,5	F
Mandarin SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Métropole Production SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Métropole Télévision SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Mistergooddeal SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
PagesJaunes Petites Annonces SA	(21)		NC	(2)	16,5	E
Paris Première SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Retail concept (ex M6 création) SAS	(20)		NC	(2)	48,5	F
SCI du 107	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
SEDI TV SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Série Club SA	(2)	24,3	P	(2)	24,3	P
Société Nouvelle de Cinématographie SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Société Nouvelle de Distribution SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Studio 89 Productions SAS	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
TCM Droits Audiovisuels SNC	(2)	24,3	P	(2)	24,3	P
Télévente Promotion SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
TF6 Gestion SA	(2)	24,3	P	(2)	24,3	P
TF6 SCS	(2)	24,3	P	(2)	24,3	P
Tyredating SAS	(2)	15,9	E	(2)	15,8	E
Unité 15 France SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Grèce *						
Alpha Doryforiki Tileorasi SA	(24)	69,7	F	(24)	66,4	F
Kosmoradioteleoptiki SA	(21)		NC	(24)	66,4	F
Hongrie *						
Home Shopping Service Hongrie SA	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F
Klub Publishing Kiado Kft	(6)	48,8 **	F	(6)	48,8	E
Magyar RTL Televízió Zártkörűen Működő Részvénytársaság	(6)	48,8 **	F	(6)	48,8	E
NetPiac Számítástechnikai és Kereskedelmi Kft	(6)	48,8 **	F	(6)	48,8	E

2009

2008

	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
R-Time Kft	(6)	48,8 **	F	(6)	48,8	F
Luxembourg *						
Broadcasting Center Europe SA		99,7	F		99,7	F
Content Union SA	(23)	49,8	E	(23)	49,8	E
Filmflux SA	(20)		NC	(20)	99,7	F
RTL9 SA		34,9	E		34,9	E
RTL9 SA & Cie SECS		34,8	E		34,8	E
Pays-Bas *						
RTL Nederland Broadcast Operation BV (ex Broadcasting Center Nederland BV)		73,4	F		73,4	F
RTL Nederland BV		73,4	F		73,4	F
RTL Nederland Holding BV		73,4	F		73,4	F
RTL Nederland Interactief BV (formely RTL Media Holding BV)		73,4	F		73,4	F
Suisse *						
IP Multimedia (Schweiz) AG		22,9	E		22,9	E
Royaume-Uni *						
5 Direct Ltd	(3)	99,7	F	(3)	99,7	F
Channel 5 Broadcasting Ltd	(3)	99,7	F	(3)	99,7	F
Channel 5 Engineering Services Ltd	(3)	99,7	F	(3)	99,7	F
Channel 5 Interactive Ltd	(3)	99,7	F	(3)	99,7	F
Channel 5 Music Ltd	(3)	99,7	F	(3)	99,7	F
Channel 5 Television Group Ltd	(3)	99,7	F	(3)	99,7	F
Channel 5 Text Ltd	(3)	99,7	F	(3)	99,7	F
Lemonline Media Ltd	(20)		NC		99,7	F
Top Up TV Ltd	(3)	99,7	F	(3)	99,7	F
Russie *						
LLC 21 TV	(22)	30,0	E	(22)	30,0	E

2009 2008

	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
OOO Aksept	(22)	29,9	E	(22)	29,9	E
OOO Astrahanskaya Teleradioveshchatelnaya Kompaniya	(22)	27,0	E	(22)	27,0	E
OOO Content Plus	(23)	49,8	E	(23)	49,8	E
OOO Content Union Cinema	(23)	49,8	E	(23)	49,8	E
OOO Content Union Distribution	(23)	49,8	E	(23)	49,8	E
OOO Content Union Entertainment	(23)	49,8	E	(23)	49,8	E
OOO Content Union Junior	(23)	49,8	E	(23)	49,8	E
OOO Content Union Production	(20)		NC	(23)	49,8	E
OOO Content Union Zoo	(23)	49,8	E	(23)	49,8	E
OOO Efir	(22)	30,0	E	(22)	30,0	E
OOO Ekspert Telemarket	(22)	30,0	E	(22)	30,0	E
OOO Media Holding REN TV	(22)	29,9	E	(22)	29,9	E
OOO Nezavisimoe TV Balakovo	(22)	15,0	E	(22)	15,0	E
OOO NPP Spectre	(22)	15,3	E	(22)	15,3	E
OOO NT Angarsk	(22)	15,3	E	(22)	15,3	E
OOO REN TV Bryansk	(22)	17,6	E	(22)	17,6	E
OOO RTL Russland		99,7	F		99,7	F
OOO Servincom Plus	(23)	49,8	E	(23)	49,8	E
OOO Teleradiokompaniya Sintez TV	(22)	30,0	E	(22)	30,0	E
OOO Uralskoe Radio	(22)	30,0	E	(22)	30,0	E
OOO Zelenity Lug - KMV	(22)	30,0	E	(22)	30,0	E
TVV Telekom	(22)	30,0	E	(22)	30,0	E
ZAO ACB Prestige Television Kompaniya	(22)	29,9	E	(22)	29,9	E
ZAO Nezavisimoe Saratovskoe Televidenie	(22)	30,0	E	(22)	30,0	E
ZAO REN TV Television Kompaniya	(22)	30,0	E	(22)	30,0	E
ZAO Telecom-Azov	(22)	22,5	E	(22)	22,5	E
ZAO Telecompany August	(22)	30,0	E	(22)	30,0	E
ZAO Telestaniy Seti NN	(22)	14,7	E	(22)	14,7	E
ZAO TRK Efir	(22)	30,0	E	(22)	30,0	E
ZAO TRK Moloday Kultura Sibiri Plus	(22)	30,0	E	(22)	30,0	E

	2009		2008		Méthode de Consolidation (1)	Méthode de	Intérêts du	Intérêts du	Méthode de	Méthode de
	Note	Groupe	Note	Groupe						
USA *										
SND USA Inc	(2)	48,5	F	(2)	48,5	F				F
Production										
Allemagne *										
Deutsche Synchron Filmgesellschaft mbH & Co. Karlheinz Brunnemann Produktions KG	(8)	50,8	F	(8)	50,8	F				F
Fremantle Licensing Germany GmbH (ex Geo Film GmbH)		99,7	F		99,7	F				F
Grundy Light Entertainment GmbH (ex HD TV-Entert. Dressler GmbH)		100,0	F		100,0	F				F
Grundy Light Entertainment/White Balance GmbH GBR		50,8	F		50,8	F				F
Grundy UFA TV Produktions GmbH	(4)	99,7	F	(4)	99,7	F				F
Objektiv Film GmbH	(5)	99,7	F	(5)	99,7	F				F
Phöbus Film GmbH & Co Produktions KG	(8)	50,8	F	(8)	50,8	F				F
Phoenix Film Karlheinz Brunnemann GmbH & Co. Produktions KG	(8)	50,8	F	(8)	50,8	F				F
Phoenix Geschäftsführungs GmbH	(8)	50,8	F	(8)	50,8	F				F
RTL Group Services GmbH (ex CLT-UFA Multi Media GmbH)		99,7	F		99,7	F				F
Teamworx Television & Film GmbH		99,7	F		99,7	F				F
Trebitsch Produktion Holding GmbH	(5)	99,7	F	(5)	99,7	F				F
Trebitsch Produktion Holding GmbH & Co.KG	(5)	99,7	F	(5)	99,7	F				F
UFA - Fernsehproduktion GmbH	(4)	99,7	F	(4)	99,7	F				F
UFA - Filmproduktion GmbH	(4)	99,7	F	(4)	99,7	F				F
UFA Cinema GmbH		99,7	F		99,7	F				F
UFA Entertainment GmbH	(4)	99,7	F	(4)	99,7	F				F
UFA Film - und Medienproduktion GmbH		100,0	F	(17)	100,0	F				F
UFA Film & TV Produktion GmbH	(4)	99,7	F	(4)	99,7	F				F
UFA Film Finance GmbH	(4)	99,7	F	(4)	99,7	F				F
UFA International Film & TV Produktions GmbH	(4)	99,7	F	(4)	99,7	F				F
UFA Sports GmbH		99,7	F		99,7	F				F

	2009			2008		
	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
Antigua *						
Grundy International Operations Ltd		100,0	F		100,0	F
Australie *						
Christie Films Pty Ltd		49,0	P	(11)	49,0	P
Forum 5 PTY Limited		100,0	F		100,0	F
Fremantle (AUS) Productions Pty Ltd	(9)	100,0	F	(9)	100,0	F
FremantleMedia Australia Holdings Pty Ltd	(15)	100,0	F	(15)	100,0	F
FremantleMedia Australia Pty Ltd (ex Grundy television Pty Ltd)	(15)	100,0	F	(15)	100,0	F
Grundy Organization Pty Ltd	(15)	100,0	F	(15)	100,0	F
Belgique *						
Belga Films SA		65,8	F		65,8	F
Fremantle Productions Belgium NV		100,0	F		100,0	F
Brésil *						
FremantleMedia Brazil Produção de Televisão Ltda		100,0	F		100,0	F
Canada *						
Ludia LLC		30,0	E			NC
Chypre *						
Bluescreen Ltd		99,7	F		99,7	F
Croatie *						
Fremantle Produkcija d.o.o.		100,0	F		100,0	F
Danemark *						
Blu A/S		75,0	F		75,0	F
Espagne *						

	2009				2008			
	Intérêts du		Méthode de		Intérêts du		Méthode de	
	Note	Groupe	Consolidation (1)	Note	Note	Groupe	Consolidation (1)	
Fremantle de Espana SL	(9)	95,0	F	(9)		95,0	F	F
Grundy Producciones SA		100,0	F			100,0	F	F
Finlande *								
Fremantle Finland Oy		100,0	F			100,0	F	F
France *								
20h50 Television SAS		100,0	F			100,0	F	F
Be Happy Productions SAS		100,0	F			100,0	F	F
Fremantle France SAS		100,0	F			100,0	F	F
FremantleMedia Drama Productions SAS		100,0	F			100,0	F	F
TV Presse Productions SAS		100,0	F			100,0	F	F
Grèce *								
Fremantle Productions SA		100,0	F			100,0	F	F
Plus Productions SA	(24)	69,7	F	(24)		66,4	F	F
Hong Kong *								
Fremantle Productions Asia Ltd		100,0	F			100,0	F	F
Hongrie *								
Grundy Magyarország TV Musorg Kft		100,0	F			100,0	F	F
Magyar Grundy UFA KFT		99,7	F			99,7	F	F
Inde *								
Fremantle India TV Productions Pvt Ltd		100,0	F			100,0	F	F
Indonésie *								
PT Dunia Visitama		100,0	F			100,0	F	F

	2009			2008		
	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
Italie *						
Grundy Productions Italy Spa		100,0	F		100,0	F
Japon *						
FremantleMedia Japan KK		100,0	F		100,0	F
Luxembourg *						
FremantleMedia SA (ex RTL UK Holdings SA)		100,0	F		100,0	F
Hei Elei Film Productions SA (ex IFP SA)		99,7	F		99,7	F
Mexique *						
Grundy Productions SA de CV		100,0	F		100,0	F
Pays-Bas *						
Blue Circle BV (ex RTL 4 Productions BV)		100,0	F		100,0	F
FremantleMedia (Netherlands) BV	(14)	100,0	F	(14)	100,0	F
FremantleMedia Operations BV	(14)	100,0	F	(14)	100,0	F
FremantleMedia Overseas Holdings BV		100,0	F		100,0	F
Grundy Endemol Productions VOF		50,0	P	(10)	50,0	P
Grundy International Holdings (I) BV		100,0	F		100,0	F
RTL Nederland Producties BV		73,4	F		73,4	F
Pologne *						
FremantleMedia Polska Sp Zo o.		100,0	F		100,0	F
Portugal *						
FremantleMedia Portugal SA (ex Fremantle Producoes TV SA)		100,0	F		100,0	F
Royaume-Uni *						
Alomo Productions Ltd	(20)		NC	(16)	100,0	F
Arbie Production LTD		50,0	P		50,0	P

2009 2008

	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
Clement/La Fresnais Productions Ltd	(20)		NC	(16)	100,0	F
Eurowide Television Ltd (ex Channel Three Ltd)	(20)		NC	(16)	100,0	F
Fremantle (UK) Productions Ltd		100,0	F		100,0	F
Fremantle Licensing Ltd	(20)		NC	(16)	100,0	F
FremantleMedia Ltd		100,0	F		100,0	F
FremantleMedia Group Ltd		100,0	F	(12)	100,0	F
FremantleMedia Overseas Ltd		100,0	F		100,0	F
FremantleMedia Services Ltd (ex Little Pond Television Ltd)		100,0	F		100,0	F
RTL Group Systems Ltd		100,0	F		100,0	F
Select TV Ltd		100,0	F	(16)	100,0	F
Somerford Brooke Productions Ltd (ex Little Pond Television Ltd)	(20)		NC	(16)	100,0	F
Talkback (UK) Productions Ltd		100,0	F		100,0	F
Talkback Productions Ltd	(18)	100,0	F	(18)	100,0	F
Talkback Thames Ltd (ex Not Any Old Radio Commercials Ltd)	(18)	100,0	F	(18)	100,0	F
Thames Television Holdings Ltd		100,0	F		100,0	F
Thames Television Ltd		100,0	F	(19)	100,0	F
Witzend Productions Ltd	(20)		NC	(16)	100,0	F
Russie *						
Fremantle Productions LLC		100,0	F		100,0	F
Singapour *						
Fremantle Productions Asia Pte Ltd		100,0	F		100,0	F
Slovaquie *						
UFA Slovakia s.r.o		65,8	F			NC
Suède *						
FremantleMedia Sverige AB		75,0	F		75,0	F
Suisse *						

	2009		2008		Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
	Note	Groupe	Note	Groupe					
Grundy Schweiz AG		65,0		65,0	F			65,0	F
Turquie *									
FremantleMedia TV Film Yapim		100,0			F			100,0	F
USA *									
All American Music Group	(13)	100,0	(13)	100,0	F	(13)		100,0	F
Allied Communications Inc		100,0			F			100,0	F
American Idols Productions Inc	(13)		(13)		NC	(13)		100,0	F
Amygdala LLC	(25)	100,0	(25)	100,0	F				NC
Blue Orbit Productions	(13)		(13)		NC	(13)		100,0	F
Feudin' Productions Inc	(13)		(13)		NC	(13)		100,0	F
Fremantle Goodson Inc	(13)	100,0	(13)	100,0	F	(13)		100,0	F
Fremantle International Inc	(20)		(20)		NC	(13)		100,0	F
Fremantle Productions Inc	(13)	100,0	(13)	100,0	F	(13)		100,0	F
Fremantle Productions Latin America Inc		100,0			F			100,0	F
Fremantle Productions Music Inc	(13)	100,0	(13)	100,0	F	(13)		100,0	F
Fremantle Productions North America Inc	(13)	100,0	(13)	100,0	F	(13)		100,0	F
FremantleMedia Licensing Inc	(9)	100,0	(9)	100,0	F	(9)		100,0	F
FremantleMedia North America Inc (ex Pearson Television Inc)	(13)	100,0	(13)	100,0	F	(13)		100,0	F
Good Games Live Inc	(13)	100,0	(13)	100,0	F	(13)		100,0	F
Kickoff Productions Inc	(20)		(20)		NC	(13)		100,0	F
Krasnow Productions Inc	(20)		(20)		NC	(13)		100,0	F
LBS Communications Inc	(13)	100,0	(13)	100,0	F	(13)		100,0	F
Little Pond Television Inc	(20)		(20)		NC	(13)		100,0	F
Marathon Productions Inc	(20)		(20)		NC	(13)		100,0	F
Mark Goodson Productions LLC	(20)		(20)		NC	(13)		100,0	F
Max Post LLC	(25)	100,0	(25)	100,0	F				NC
MG Productions Inc	(20)		(20)		NC	(13)		100,0	F
Music Box Library	(13)	100,0	(13)	100,0	F	(13)		100,0	F

	2009			2008		
	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)
Neville LLC	(25)	100,0	F			NC
O'Merch LLC	(25)	100,0	F			NC
Op Services LLC	(25)	100,0	F			NC
Original Fremantle LLC	(25)	100,0	F			NC
Original Prod'ions LLC	(25)	100,0	F			NC
OTL Productions Inc	(20)	100,0	F			NC
Reg Grundy Productions Holdings Inc	(13)	100,0	NC	(13)	100,0	F
Studio Production Services Inc	(13)	100,0	F	(13)	100,0	F
Terrapin Productions Inc	(20)		F	(13)	100,0	F
The Baywatch Productions Company	(13)	100,0	NC	(13)	100,0	F
The Price is Right Productions Inc	(20)		F	(13)	100,0	F
Thumbdance LLC		100,0	NC	(13)	100,0	F
Tick Tock Productions Inc	(20)		F		100,0	F
			NC	(13)	100,0	F
Radio						
Allemagne *						
AH Antenne Hörfunksender GmbH & CoKG		57,0	F		57,0	F
Antenne Mecklenburg - Vorpommern GmbH & CoKG	(21)		NC		25,4	E
Antenne Niedersachsen GmbH & CoKG		35,9	E		35,9	E
AVE Gesellsch. für Hörfunkbeteiligungen GmbH		99,7	F		99,7	F
AVE I Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co.KG		49,7	E		49,7	E
AVE II Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co.KG		99,7	F		99,7	F
AVE V Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH		99,7	F		99,7	F
AVE VI Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & co. KG		49,7	E		49,7	E
BCS Broadcast Sachsen GmbH & Co.KG		40,4	E		38,1	E
Hitradio RTL Sachsen GmbH		73,5	F		69,2	F
MPD Medien-, Produktions- und Distributionsgesellschaft mbH & Co. KG		57,0	F		57,0	F
MV Beteiligungs GmbH & Co. KG	(21)		NC		25,4	E

Rapport annuel consolidé pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

2009				2008			
	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	Note	Intérêts du Groupe	Méthode de Consolidation (1)	
MV Marketing GmbH	(21)		NC		25,4	E	
Neue Spreeradio Hoerfunkgesellschaft mbH		99,7	F		99,7	F	
Radio Center Berlin GmbH		99,7	F		99,7	F	
Radio Hamburg GmbH & CoKG		29,1	E		29,1	E	
RTL Radio Berlin GmbH		99,7	F		99,7	F	
RTL Radio Deutschland GmbH		99,7	F		99,7	F	
RTL Radiovermarktung GmbH & Co. KG		99,7	F		99,7	F	
Rundfunk Beteiligungs - und Betriebsgesellschaft Blauen mbH		42,0	E		42,0	E	
UFA Radio-Programmgesellschaft in Bayern mbH		99,7	F		99,7	F	
Belgique *							
Cobelfra SA		44,1	F		44,1	F	
Contact Vlaanderen NV		42,1	P		42,1	P	
Inadi SA		44,1	F		44,1	F	
IP Plurimédia SA		65,8	F		65,8	F	
Joker FM SA		44,1	F		44,1	F	
New Contact SA (ex Contact SA)		49,8	P		49,8	P	
Radio Belgium Holding SA		44,1	F		44,1	F	
France *							
Ediradio SA		99,7	F		99,7	F	
ID (Information et Diffusion) Sarl		99,7	F		99,7	F	
IP France SA		99,7	F		99,7	F	
IP Régions SA		99,7	F		99,7	F	
RTL Fun Développement Sarl		99,7	F		99,7	F	
RTL Net SAS		99,7	F		99,7	F	
SCP Sarl		99,7	F		99,7	F	
SERC SA		99,7	F		99,7	F	
Sodera SA		99,7	F		99,7	F	
Wip Onl SAS	(21)		NC		99,7	F	

2009				2008			
Grèce *	Intérêts du		Méthode de	Intérêts du		Méthode de	
	Note	Groupe	Consolidation (1)	Note	Groupe	Consolidation (1)	
Alpha Radiofoniki Kronos SA	(21)		NC	(24)	66,4	F	
Alpha Radiofoniki SA	(21)		NC	(24)	66,3	F	
Pays-Bas *							
Radio 538 BV		73,4	F		73,4	F	
Autres							
Allemagne *							
RTL Group Central & Eastern Europe GmbH		99,7	F		99,7	F	
RTL Group Deutschland GmbH		99,7	F		99,7	F	
RTL Group GmbH		99,7	F		99,7	F	
RTL Group Vermögensverwaltungs GmbH (ex Darpas 128 GmbH)		100,0	F		100,0	F	
UFA Film & Fernseh GmbH		99,7	F	(4)	99,7	F	
Autriche *							
RTL Group Austria GmbH		99,7	F			NC	
Belgique *							
Audiomedia Investments Bruxelles SA		100,0	F		100,0	F	
France *							
IP Network SA		99,7	F		99,7	F	
Société Immobilière Bayard d'Antin SA		99,7	F		99,7	F	
Luxembourg *							
B. & C.E. SA		99,7	F		99,7	F	
CLT-UFA SA		99,7	F		99,7	F	

	2009		2008		Méthode de Consolidation (1)	Intérêts du Groupe	Note	Méthode de Consolidation (1)	Intérêts du Groupe	Note	Méthode de Consolidation (1)
	Note	Intérêts du Groupe	Note	Intérêts du Groupe							
IP Luxembourg Sarl		99,7	F	99,7	F			99,7	F		F
IP Network International SA		99,7	F	99,7	F			99,7	F		F
Media properties Sarl		99,7	F	99,7	F			99,7	F		F
RTL Group Central & Eastern Europe SA		99,7	F	99,7	F			99,7	F		F
RTL Group Germany SA		99,7	F	99,7	F			99,7	F		F
Jersey *											
CLT-UFA HOLDINGS Ltd		99,7	F	99,7	F			99,7	F		F
Pays-Bas *											
RTL Group Beheer BV		100,0	F	100,0	F			100,0	F		F
Royaume-Uni *											
CLT-UFA UK Radio Ltd		99,7	F	99,7	F			99,7	F		F
CLT-UFA UK Television Ltd		99,7	F	99,7	F			99,7	F		F

(*) Pays d'établissement

(**) RTL Group a acquis 18% d'actions sans droit de vote, augmentant ainsi sa participation à 67% (intégration globale depuis le 1^{er} avril 2009). Les droits de vote restent inchangés, à hauteur de 49%

- | | |
|---|---|
| (1) M : Société mère - F : intégration globale - P : intégration proportionnelle - E : mise en équivalence - NC : non consolidé | (14) FremantleMedia Productions Netherlands Group |
| (2) Groupe M6 (contrôle "de facto") | (15) Grundy Organisation (Holdings) Group |
| (3) Five Group | (16) Select TV Group |
| (4) UFA Berlin Group | (17) UFA & Film Medienproduktion Group |
| (5) Trebitsch Group | (18) Talkback Productions Group |
| (6) M-RTL Group (contrôle "de facto") | (19) Thames Television Group |
| (7) Antena 3 De Television Group | (20) Société absorbée par une société du Groupe |
| (8) Phoenix Group | (21) Société vendue ou liquidée |
| (9) Fremantle Licensing Group | (22) Ren TV Group |
| (10) Fremantle Productions Group | (23) Content Union Group |
| (11) FremantleMedia Australia Group | (24) Alpha Media Group |
| (12) FremantleMedia Central Group | (25) Original Productions |
| (13) FremantleMedia North America Group | |



Consolidated Annual Report

31 December 2009

DIRECTORS' REPORT

HIGHLIGHTS

The Directors are pleased to present their report to the shareholders, with details on the businesses and the development of the Group, together with the financial statements for the year ended 31 December 2009 on pages 105 to 167

1 Adjusted for Alpha Media Group in Greece, RTL Klub in Hungary, other minor scope changes and at constant exchange rates

2 EBITA represents earnings before interest and taxes excluding impairment of goodwill and of disposal group, and amortisation and impairment of fair value adjustments on acquisitions and gain or loss from sale of subsidiaries, joint ventures and other investments

3 Primarily Alpha Media Group in Greece and the digital television channels in the UK

4 Adjusted earnings per share represents the net profit for the period adjusted for impairment of goodwill, disposal groups and amortisation of fair value adjustments on acquisitions, gain or loss from sale of subsidiaries, joint ventures and other investments, net of income tax expense and one-off tax effects

	Year to December 2009 €m	Year to December 2008 €m	Per cent change
Revenue	5,410	5,774	(6.3)
Underlying revenue¹	5,284	5,711	(7.5)
Reported EBITA²	755	916	(17.6)
Restructuring charges	34	32	
Start-up losses ³	46	23	
Adjusted EBITA	835	971	(14.0)
Reported EBITA margin (%)	14.0	15.9	
Adjusted EBITA margin (%)	15.4	16.8	
Reported EBITA	755	916	(17.6)
Impairment of goodwill and of disposal group and amortisation and impairment of fair value adjustments on acquisitions	(247)	(407)	
Loss from sale of subsidiaries, joint ventures and other investments	–	(9)	
Net financial income	10	28	
Income tax expense, of which:	(220)	(232)	
– Current tax expense	(192)	(195)	
– Deferred tax expense	(28)	(37)	
Profit for the year	298	296	+0.7
Attributable to:			
– Minority interest	93	102	
– RTL Group shareholders	205	194	+5.7
EPS (in €)	1.33	1.26	
Adjusted EPS (in €)⁴	2.85	3.87	
Proposed/paid total dividend per share (in €)	3.50	3.50	

RTL Group headlines

- Reported Group revenue down 6.3 per cent to €5,410 million as most TV advertising markets across Europe declined by double-digit rates; RTL Group's investments in content production and diversification businesses helped to better balance the Group's financial position
- Healthy EBITA margin of 14.0 per cent (2008: 15.9 per cent); the EBITA margins of the big five profit contributors – Mediengruppe RTL Deutschland, Groupe M6, FremantleMedia, RTL Nederland and RTL Belgium – remained stable or even increased
- With a record second half-year EBITA of €437 million (up 5.6 per cent year-on-year), full-year EBITA reached €755 million (down 17.6 per cent), despite
 - higher start-up losses (€46 million) which mainly resulted from the first-time full-year consolidation of Alpha Media Group in Greece, and
 - significant one-time charges, including restructuring costs in the UK, Germany and Greece totalling €34 million, and a significant programme write-down at Five amounting to €22 million
- Net profit attributable to RTL Group shareholders up 5.7 per cent to €205 million despite goodwill impairments on Five Group in the UK and Alpha Media Group in Greece
- Net cash from operating activities was €763 million, resulting in an operating cash conversion of 106 per cent and a net cash position of €789 million at the end of 2009
- Proposed dividend for 2009 of €3.50 per share, based on RTL Group's sound financial position and the fact that there is no major acquisition target in the short term (for 2008: total dividend of €3.50 per share)

Profit centre highlights

- Since the fourth quarter of 2008, RTL Group has placed a strong focus on cost cutting in response to the substantial slowdown in advertising bookings. On a constant scope basis – excluding restructuring costs and other one-off effects – operating costs fell €371 million, compared to 2008
- Despite significant programme cost savings, RTL Group's families of channels achieved higher audience shares in almost all countries
 - Germany: costs down by 14 per cent, audience share up to 34.4 per cent (+1.5 percentage points)
 - France: costs down by 7 per cent, audience share up to 21.6 per cent (+0.4 percentage points)
 - The Netherlands: costs down by 14 per cent, audience share up to 32.3 per cent (+1.8 percentage points)
 - Belgium: costs down by 6 per cent, audience share up to 38.9 per cent (+2.9 percentage points)
 - UK: costs down by 19 per cent, audience share slightly up to 6.27 per cent (+0.03 percentage points)
- Mediengruppe RTL Deutschland increased its clear audience leadership over main competitor ProSiebenSat1 to 4.3 percentage points, mainly driven by the strong performance of flagship channel RTL Television. EBITA was €366 million, down 11.6 per cent due to significantly lower advertising revenue
- Groupe M6 demonstrated its resilience in a strong economic downturn: EBITA remained almost stable at €195 million, driven by significantly lower programme costs at the M6 main channel and higher profit contributions from its digital channels and diversification activities. Groupe M6 was the only family of channels in France with growing ratings
- Worldwide production arm FremantleMedia again reached the record results level of the previous year. Despite general pressure on profit margins, EBITA remained stable at €155 million
- EBITA of RTL Nederland increased to €72 million, thanks to an early focus on cost reduction. A strong ratings performance was mainly driven by the flagship channel, RTL 4, which significantly increased its audience share to become the clear market leader once again
- The newly acquired Alpha Media Group initiated comprehensive restructuring and cost reduction measures in reaction to the downturn of the Greek market. Despite these savings, Alpha TV's audience share increased significantly year-on-year, proving that the new programming strategy is working

Continued investments in digital activities, content and diversification

- In total, RTL Group's online platforms across Europe registered more than 1 billion video streams, delivering professionally produced content to our viewers – an increase of 49 per cent compared to 2008
- Ongoing improvement and extensions of RTL Group's popular catch-up TV services
 - Launch of Vox Now in Germany, W9 Replay in France, and RTL Most in Hungary
 - Groupe M6 complemented its market-leading offer with a new paid service, M6 VOD, which features premium content such as movies and season passes for popular TV series, and M6 Bonus, a free service offering highlights of M6's signature programmes, as well as interviews, making-ofs and outtakes
 - M6 Replay and RTL Gemist also became available on TV screens
 - Selected programmes from M6 Replay and RTL Now are also available on mobile phones
- At the beginning of October 2009, RTL Nederland launched the special-interest channel RTL Lounge, which targets young women with Dutch and international drama and lifestyle programmes. The channel has already become the most viewed digital channel in the Netherlands
- In February 2009, FremantleMedia acquired a 75 per cent stake in Original Productions, the US-based creator of hit TV shows such as *Ice Road Truckers*
- In a unique extension of the *Idols* brand, FremantleMedia created a TV programme-based attraction – *The American Idol Experience* – at Walt Disney World Resort, Florida, which opened in February 2009
- Audiovisual rights companies Universum Film in Germany and SND in France achieved record results

REVENUE

Advertising market conditions were extremely challenging across Europe. All markets reported negative growth in 2009 with most recording double digit declines on 2008. A summary of RTL Group's key markets is shown below, including estimates of net advertising market growth rates and net advertising market shares, plus the audience share of the main target audience group.

- 5 Industry/IREP and RTL Group estimates
 6 Target group: 14–49
 7 Source: Groupe M6 estimate
 8 Target group: housewives under 50 (including digital channels)
 9 Target group: 16+ (including digital channels)
 10 Target group: shoppers 20–49, 18–24h
 11 Target group: shoppers 18–54, 17–23h
 12 Source: Infoadex
 13 Target group: 16–54 (including digital channels)

	2009 net TV advertising market growth rate (in per cent)	RTL Group advertising market share 2009 (in per cent)	RTL Group advertising market share 2008 (in per cent)	RTL Group audience share in main target group 2009 (in per cent)	RTL Group audience share in main target group 2008 (in per cent)
Germany	(8.5) ⁵	43.5	46.4	34.4 ⁶	32.9 ⁶
France	(12.0) ⁷	23.4	21.4	21.6 ⁸	21.2 ⁸
UK	(12.5) ⁵	8.4	9.6	6.27 ⁹	6.24 ⁹
Netherlands	(10.7) ⁵	39.5	39.0	32.3 ¹⁰	30.5 ¹⁰
Belgium	(3.8) ⁵	72.0	70.2	38.9 ¹¹	36.0 ¹¹
Spain	(23.2) ¹²	26.0	23.2	17.6 ¹³	17.9 ¹³

Revenue decreased by 6.3 per cent to €5,410 million (2008: €5,774 million). On a like-for-like basis (adjusting for portfolio changes and at constant exchange rates) revenue was down 7.5 per cent, or €427 million, to €5,284 million.

EBITA

Reported EBITA decreased by 17.6 per cent to €755 million (2008: €916 million) due to higher start-up losses (€46 million), which mainly resulted from the first-time full-year consolidation of Alpha Media Group in Greece, significant one-time charges, including restructuring costs in the UK, Germany and Greece totalling €34 million, and a one-off programme write-down at Five amounting to €22 million. On an adjusted basis, after stripping out restructuring costs and start-up losses, EBITA was down 14.0 per cent to €835 million (2008: €971 million).

Group operating expenses were down 4.4 per cent at €4,726 million in 2009 compared to €4,941 million in 2008, reflecting significant programme cost savings.

On a constant scope basis, and after adjustment for restructuring-related expenses, costs were down €371 million, a reduction of 7.7 per cent.

REVIEW BY SEGMENTS*

Revenue	Year to December 2009 €m	Year to December 2008* €m	Per cent change	Per cent of total 2009
Mediengruppe RTL Deutschland	1,732	2,020	(14.3)	32.0
Groupe M6	1,377	1,354	+1.7	25.4
FremantleMedia	1,183	1,203	(1.7)	21.9
RTL Nederland	371	436	(14.9)	6.9
Five Group	303	432	(29.9)	5.6
<i>in local currency (GBP)</i>	269	341	(21.1)	-
RTL Belgium	203	216	(6.0)	3.8
French radio	174	189	(7.9)	3.2
Other segments	313	180	+73.9	5.8
Eliminations	(246)	(256)	(3.9)	(4.6)
Total revenue	5,410	5,774	(6.3)	100.0

EBITA	Year to December 2009 €m	Year to December 2008* €m	Per cent change	Per cent of total 2009
Mediengruppe RTL Deutschland	366	414	(11.6)	48.5
Groupe M6	195	196	(0.5)	25.8
FremantleMedia	155	155	0.0	20.5
RTL Nederland	72	70	+2.9	9.5
Five Group				
Operating EBITA	(10)	2	n.a.	(1.3)
Restructuring costs	(9)	(4)	>100.0	(1.2)
Non-recurring items	(22)	-	n.a.	(2.9)
RTL Belgium	36	39	(7.7)	4.8
French radio	15	32	(53.1)	2.0
Other segments	(43)	4	n.a.	(5.7)
Eliminations	-	8	n.a.	0.0
Reported EBITA	755	916	(17.6)	100.0

* Profit centre information has been re-presented in conformity with the requirements of IFRS 8 ("Operating Segments")

MEDIENGRUPPE RTL DEUTSCHLAND



Financial results

Due to the downturn of the German TV advertising market – estimated to have dropped 8.5 per cent in 2009 – high pressure on spot price discounts, and the deconsolidation of RTL Shop (sold in August 2008) revenue of Mediengruppe RTL Deutschland decreased by 14.3 per cent to €1,732 million (2008: €2,020 million).

Following an exceptional 2008 for Mediengruppe RTL Deutschland, during which the company increased its net advertising share to more than 46 per cent, competitors were expected to win back some market share during 2009. The combined estimated net share of Mediengruppe RTL Deutschland (including RTL II) decreased to 43.5 per cent (2008: 46.4 per cent), a more normalised level of the years 2004 to 2007.

The profit centre's EBITA decreased by 11.6 per cent to €366 million (2008: €414 million), mainly reflecting the significant shortfall in advertising revenue, but Mediengruppe RTL Deutschland has reacted quickly to the crisis. Operating expenses in the core TV business (RTL Television, Vox, N-TV), excluding restructuring costs, have been reduced by €189 million – 14 per cent year-on-year – mainly resulting from programme cost savings at the channels RTL Television and Vox. Thanks to these measures, the EBITA margin of the profit centre could even be improved to 21.1 per cent (2008: 20.5 per cent).

	Year to December 2009 €m	Year to December 2008 €m	Per cent change
Revenue	1,732	2,020	(14.3)
Adjusted EBITA	374	414	(9.7)
Restructuring costs	(8)	–	n.a.
EBITA	366	414	(11.6)



“It’s a great success for our team to achieve record ratings while we face an ongoing fragmentation of our market and a deep economic crisis worldwide.”

Anke Schäferkordt,
CEO, Mediengruppe RTL Deutschland and RTL Television

Audience ratings

Despite significant programme cost savings, the combined average audience share of **Mediengruppe RTL Deutschland** in the key 14 to 49 target group increased significantly by 1.5 percentage points to 34.4 per cent (2008: 32.9 per cent), a new record level. As a result, the RTL family of channels also increased its market leadership over its main commercial competitor, ProSiebenSat1 (30.1 per cent), and the public channels (23.1 per cent).

RTL Television

Source: GfK. Target: 14-49.

TV audience share

2005-2009 (%)

09		16.9
08		15.7
07		16.0
06		15.6
05		16.0

This positive development was driven mainly by the flagship channel, **RTL Television**, which, for the 17th consecutive year, and by a large margin, was the number one choice among young viewers. With a 16.9 per cent audience share (2008: 15.7 per cent) in its main target group, RTL Television achieved the biggest gain recorded by any channel in the reporting period and its best result since 2003, coming in 5 percentage points ahead of the number two commercial channel, ProSieben (11.9 per cent), and 6.1 percentage points ahead of the number three commercial channel, Sat 1 (10.8 per cent).

Seventy-eight of the 100 most-watched programmes in 2009 were aired by RTL Television (target group 14 to 49). In terms of total audience, the boxing match between Vitali Klitschko and Kevin Johnson on 12 December 2009 was RTL Television's highest rated programme of the year, attracting 11.18 million viewers.

RTL Television succeeded in establishing new formats across all genres, including new shows such as *5 gegen Jauch*, new series such as *Lasko – Die Faust Gottes*, and new comedy formats such as *Willkommen bei Mario Barth*. In the second half of the year, the channel also introduced a new afternoon line-up featuring scripted docu-soaps, which helped to boost the channel's audience share among 14 to 49-year-old viewers from 12.4 per cent (1 January to 30 August) to 21.9 per cent (31 August to 17 December) between 14:00 and 17:00.

RTL Television was particularly successful in prime time (20:15 to 23:15), where the channel led the market in nearly every time slot, thanks to its big entertainment shows and its strong line-up of factual entertainment formats and US series. Overall, the channel achieved an average prime time audience

share of 18.6 per cent in the 14 to 49 target group, up 1.0 percentage point year-on-year. Again, this was the biggest gain recorded by any channel.

In January 2009, the fourth season of the jungle show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* (I'm A Celebrity... Get Me Out Of Here!) achieved an average audience share of 34.4 per cent among young viewers, up 2.7 percentage points from the previous year. The same was true for the sixth season of *Deutschland sucht den Superstar* (Idols), broadcast from January to May 2009. The show scored an average audience share of 30.6 per cent in the 14 to 49 age group, up from 29.5 per cent in 2008. The third season of *Das Supertalent* (Got Talent) delivered the format's highest ratings yet, with an average audience share of 33.2 per cent (2008: 27.9 per cent).

The most popular US series on German television were again broadcast by RTL Television. These included *Dr. House* (average audience share 14 to 49: 24.2 per cent) and *CSI: Miami* (average audience share 14 to 49: 22.2 per cent). Real-life formats such as *Bauer sucht Frau* (The Farmer Wants A Wife), *Raus aus den Schulden* (Get Out Of Debt) and *Rach – Der Restauranttester* also performed strongly in prime time.

RTL Television's main news programme, *RTL Aktuell*, beat the competition among young viewers once again, with an average audience share of 20.5 per cent. The show also scored a higher total audience share (18.9 per cent) than the main news programmes of the public channels Das Erste and ZDF.

Vox

Source: GfK. Target: 14-49.

TV audience share

2005-2009 (%)

09		7.5
08		7.5
07		7.9
06		7.1
05		6.4

Vox's audience share in the target group of 14 to 49-year-old viewers remained stable at 7.5 per cent, putting the channel well ahead of the major public broadcasters Das Erste (6.6 per cent) and ZDF (6.3 per cent).

While the competition in access prime time has intensified, Vox continued to score high ratings in this time slot thanks to its popular weekday cooking-themed line-up of *Das perfekte Dinner* (Come Dine With Me – average audience share 14 to 49: 10.3 per cent) and *Unter Volldampf* (Pressure Cooking – average audience share 14 to 49: 8.0 per cent). Since March 2009, the daily docu-soap *Mieten, kaufen, wohnen* (Renting, buying, living) – showing people looking for flats and houses – has increased its

ratings at the 18:00 time slot, providing Vox with a powerful lead-in to access prime time.

Quality US series continue to be key to Vox's success in prime time. In addition to established audience favourites such as *CSI: NY*, *Law & Order: Criminal Intent*, *Boston Legal* and *Crossing Jordan*, Vox successfully launched the new series *Life* (average audience share 14 to 49: 10.5 per cent) and *Burn Notice* (average audience share 14 to 49: 10.7 per cent).

Vox's blockbuster movies proved particularly popular in 2009, drawing 19.3 per cent of 14 to 49-year-old viewers for *Harry Potter and the Philosopher's Stone*, 18.5 per cent for *Transporter – The Mission*, and 18.2 per cent for *Ice Age*. Since the start of the new season in September 2009, Vox has achieved an average audience share of 11.1 per cent among young viewers on Thursday evenings (20:00 to 1:00), thanks to its strong movie line-up, putting the channel slightly ahead of its major commercial competitor, Sat 1 (11.0 per cent).

RTL II TV audience share

Source: GfK. Target: 14–49.

2005–2009 (%)

09	6.2
08	6.1
07	6.3
06	6.0
05	6.5

RTL II achieved a 6.2 per cent audience share in the 14 to 49 target group during 2009, slightly up from 6.1 per cent in 2008. Key elements of the channel's programme grid were popular docu-soaps such as *Frauentausch*, *Zuhause im Glück* and *Die Kochprofis* plus movies and science-fiction series in prime time, and the ninth season of the classic reality show *Big Brother* in access prime time.

In prime time, RTL II successfully launched the new makeover show *Extrem schön* (average audience share 14 to 49: 8.6 per cent) and the British science-fiction hit *Torchwood* (average audience share 14 to 49: 7.8 per cent). Other popular prime time series included the third season of *Battlestar Galactica*, the fifth and final season of *Stargate Atlantis*, and the award-winning mystery series, *Heroes*.

Last year's movie highlights on RTL II included the fantasy comedy *Charlie And The Chocolate Factory* (audience share 14 to 49: 16.3 per cent), family film *Nanny McPhee* (audience share 14 to 49: 15.2 per cent) and the action hit *Eraser* (audience share 14 to 49: 14.4 per cent).

The channel's contribution to RTL Group's EBITA decreased to €9 million from €12 million in 2008, reflecting lower advertising revenue.

Super RTL

TV audience share

Source: GfK. Target: 3–13.

2005–2009 (%)

09	21.3
08	20.4
07	23.2
06	23.7
05	25.6

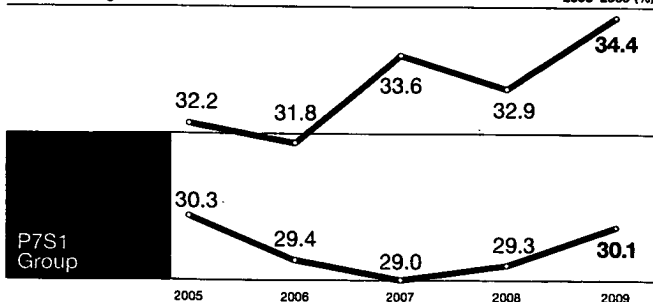
Driven by higher ratings in access prime time and during the morning time slot (6:00 to 12:00), **Super RTL** increased its audience share in its key target group of 3 to 13-year-olds to 21.3 per cent (2008: 20.4 per cent), extending its lead over its two main competitors – the public channel Kika (15.5 per cent) and the commercial channel Nick (9.5 per cent). Super RTL has been the clear leader in Germany's children's TV market for 11 consecutive years.

The channel's pre-school strand, *Toggolino*, owes its success to the classic *Caillou* (average audience

TV audience share

Source: GfK. Target: 14–49.

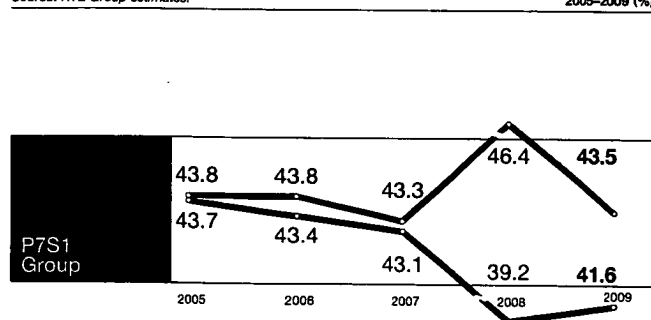
2005–2009 (%)



TV advertising share

Source: RTL Group estimates.

2005–2009 (%)



share 3 to 13: 49.8 per cent) as well as to new formats such as *Chuggington* (average audience share 3 to 13: 49.1 per cent). In access prime time, Super RTL scored highly with live-action formats such as *Disney's Hannah Montana*, *Disney's Die Zauberer vom Waverly Place* and *Hotel Zack & Cody* (average audience share 3 to 13: 29.9 per cent), the latter being Super RTL's most popular children's programme. In prime time, highest performing shows included background magazines for popular entertainment shows from RTL Television such as *Das Supertalent – Backstage* and *DSDS – Das Magazin*, and family-oriented programmes such as animated movies.

The revenue share of activities not directly related to classical TV advertising remained stable at around 25 per cent of Super RTL's total revenue.

The news channel **N-TV** had the best year in its history, achieving an average audience share of 1.0 per cent among viewers aged 14 to 49 (2008: 0.9 per cent), proving that the channel's general programming strategy – news, business reports and live events during daytime, and magazines and features during prime time – is working well. In June, the channel reached particularly large audiences with its coverage of the death of Michael Jackson, and with the spectacular nature documentary *Home*.

The profit centre's three special-interest digital channels – **RTL Crime**, **RTL Living** and **Passion** – continued to grow steadily and are among the leading pay-TV channels in Germany, Austria and Switzerland, with over 2.5 million subscribing households.

Since autumn 2009, RTL Television and Vox have been available in HDTV via satellite operator SES Astra's new HD+ offering. Both channels are broadcast as a high-definition simulcast, featuring programming highlights such as films and series in real HD. The number of programmes available in HD will be gradually expanded over the next few years.

National audience breakdown

Source: GfK, Target: 14–49.

2009 (%)



RTL Television	16.9
Vox	7.5
RTL II	6.2
Super RTL	2.8
N-TV	1.0
Pro 7	11.9
Sat 1	10.8
ARD	6.6
ZDF	6.3
Kabel 1	6.1
Others	23.9

New media and diversification activities

Within **Mediengruppe RTL Deutschland**, RTL Interactive is responsible for diversification activities including digital content and services. Throughout 2009, the company's websites continued to focus on the expansion of professionally produced video content, which draws large numbers of internet users and is attractive to advertisers. Several websites were relaunched during the year to offer more video content, including *RTL.de*, *N-TV.de*, *Vip.de* and *Teleboerse.de*. With 6.49 million unique users per month according to the latest AGOF Internet Facts report (Q3/2009), *RTL.de* was once again Germany's leading infotainment portal.

During 2009, the catch-up TV service *RTLnow.de* registered 136 million long-form video views – complete episodes of series or shows – up 16 per cent year-on-year. On 1 July 2009, Vox and RTL Interactive launched a similar service called *Voxnow.de*.

Combining these catch-up TV services with the clip portal *Clipfish.de*, the websites *RTL.de*, *Vox.de* and *N-TV.de*, plus thematic portals such as *Kochbar.de*, *Frauenzimmer.de* and *Vip.de*, the number of video views of professionally produced content increased to 344 million (up 29 per cent compared to 2008). This increase was driven by RTL Television's big entertainment shows *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* (I'm A Celebrity... Get Me Out Of Here!) – with 12 million video views – and *Deutschland sucht den Superstar* (Idols) – with over 40 million video views across all internet portals.

With 6.75 million unique users per month, according to the latest AGOF Internet Facts report (Q3/2009), *Wer-kennt-wen.de* established itself at the top of the German social networks rankings. The site had over 7.3 million registered members at the end of the year, up from 5 million members at the end of 2008.

Mediengruppe RTL Deutschland also stepped up its mobile internet activities in 2009, launching mobile versions of websites such as *Kochbar.de* and *Vox.de*, while RTL Television's mobile portal was relaunched at the end of the year to offer significantly more video content. The strategy was complemented by a series of new iPhone applications tying in to popular RTL Television shows (including *Das Supertalent* and *Wer wird Millionär?*), Formula 1 news (including live video streams) and the news from N-TV.

Universum Film acquires audiovisual rights to distribute movies in cinemas, and to release both movies and TV formats on DVD or video-on-demand platforms. The company – a subsidiary of Mediengruppe RTL Deutschland – performed strongly in 2009, reporting significantly higher revenue and EBITA contributions, largely due to successful theatrical releases such as *Transporter III*, *Crank 2 – High Voltage*, *Niko, ein Rentier hebt ab* and *Prinzessin Lillifee*.

GROUPE M6



Financial results

Based on its diversified portfolio and balanced mix of revenue streams, reported revenue of Groupe M6 increased by 1.7 per cent to €1,377 million (2008: €1,354 million), demonstrating the group's resilience in a strong economic downturn.

Advertising revenue at the main channel, M6, fell 8.0 per cent, while the overall net TV advertising market in France was estimated to be down 12.0 per cent in 2009. As a result, Groupe M6's net advertising market share increased to 23.4 per cent (2008: 21.4 per cent). Revenue from Groupe M6's digital channels continued to grow strongly, up 17.7 per cent year-on-year, mainly driven by the strong performance of the free digital channel, W9. The group's diversification and audiovisual rights activities reported revenue growth of 9.2 per cent.

Reported EBITA remained almost stable at €195 million (2008: €196 million). A number of key factors compensated for the shortfall in advertising revenue. These included higher profit contributions from Groupe M6's digital channels and diversification businesses; initial results from the company's cost-savings plan; and significantly lower programme costs at the main channel, M6, as the company did not reinvest the €46 million spent last year on European football championship rights.

	Year to December 2009 €m	Year to December 2008 €m	Per cent change
Revenue	1,377	1,354	+1.7
Adjusted EBITA	199	206	(3.4)
Restructuring costs and start-up losses	(4)	(10)	(60.0)
Reported EBITA	195	196	(0.5)

Audience ratings

In 2009, Groupe M6 was the only family of channels with growing ratings. The combined audience share in the commercial target group of housewives aged under 50 increased to 21.6 per cent (2008: 21.2 per cent), driven by the strong growth of W9.

Despite the continued audience fragmentation in France, mainly driven by the rapid expansion of free

M6 TV audience share

Source: Médiamétrie. Target: housewives < 50.

2005-2009 (%)

09		17.2
08		17.5
07		18.0
06		19.3
05		19.1

digital terrestrial television (DTT), the audience share of M6 in the commercial target group remained almost stable at 17.2 per cent (2008: 17.5 per cent). As a result, M6 not only remained the second most popular channel in France in this demographic, it also continued to reduce the gap to the market leader, TF1. M6 profited from its strong access prime time line-up, with the factual entertainment show *Un dîner presque parfait* (Come Dine With Me) and the magazine *100% mag* making M6 the most watched channel in the main commercial target group in the 18:00 to 19:40 time slot. 2009 was marked by a daring move by M6 to change its evening news format. Replacing the short all-image news bulletin *6 Minutes*, the new live show, *Le 19.45*, features a stand-up presenter, and provides in-depth coverage and location reporting on topical issues. Launched on 7 September 2009, *Le 19.45* was the only major news bulletin in France to gain new viewers: between September and December 2009, it reached an average total audience of 2.5 million viewers, which represents an increase of 200,000 viewers compared to the average audience of *6 Minutes* over the same period in 2008.

In the strategic prime time slot (20:45 to 22:45) M6 was the only major channel to improve its audience share in the commercial target group, from 20.6 per cent in 2008 to 21.3 per cent in 2009. The channel continued to draw large audiences with its established programme brands, including the talent show *Nouvelle Star* (Idols), US series such as *NCIS*, *Bones* and *Desperate Housewives*, factual entertainment formats such as *L'amour est dans le pré* (The Farmer Wants A Wife) and *Pékin Express*, and the popular information magazines, *Capital* and *Zone Interdite*. M6 also managed to create a major TV event by

broadcasting a World Cup football qualifying match for the first time. The channel drew 8.2 million viewers for the Ireland versus France match, making it M6's most-watched programme in 2009.

Groupe M6's main digital channel, **W9**, continued its rapid growth throughout 2009. The channel's total audience share increased to 2.5 per cent (2008: 1.8 per cent) – the biggest increase recorded by any French channel. W9 also confirmed its market leadership among the DTT channels, with an average audience share of 3.3 per cent in the main commercial target group. Underlining its positioning as a 'mini-generalist' channel, W9 scored high ratings in various genres, including movies, the US series *Missing* and *The Simpsons*, the factual entertainment formats *Cauchemar en cuisine* (Kitchen Nightmares) and *Le convoi de l'extrême* (Ice Road Truckers), and the *Idols* spin-off, *Nouvelle Star – ça continue*, during the late night slot. In autumn, W9 became the first DTT channel to broadcast a major event show – *The X Factor* – which was co-produced with RTL-TVI in Belgium, and attracted up to 900,000 viewers. W9 also set a new ratings record for a DTT channel on 27 October 2009, attracting 1.5 million viewers with the movie *Astérix et les Vikings*. In total, W9 aired 69 of the 100 highest-rated programmes across DTT channels in 2009.

New media and diversification activities

In 2009, Groupe M6's diversification and audiovisual rights activities proved their resilience and helped to limit the decrease in advertising revenue. Groupe M6's leading role in the field of diversification is highlighted by the fact that its overall share of non-advertising revenue further increased to 47.4 per cent (2008: 44.4 per cent).

The catch-up TV service, **M6 Replay**, has quickly established itself as one of the favourite video sites among French internet users. Since its launch in March 2008, more than 211 million programmes have been watched on the platform – 150 million being viewed in 2009. The service currently counts almost 2.6 million unique users each month, who watch close to 20.7 million videos on the site. According to a recent study by Aegis Media Expert, M6 Replay offers the highest recall of advertising messages on the internet. Following agreements with service providers such as Orange, SFR and Canal Sat, M6 Replay is also available on TV screens via IPTV and on mobile devices. Based on the positive uptake from advertising clients, the platform broke even in 2009.

Following the success of M6 Replay, the group launched a catch-up TV service for W9 – **W9 Replay** – in December 2009. Groupe M6 complemented its market-leading online video offer with a new paid service, **M6 VOD**, which features premium content such as movies and season passes for popular TV series, while **M6 Bonus** is a free channel offering highlights of M6's signature programmes, as well as



"With growing revenues and an almost stable EBITA, Groupe M6 demonstrated its resilience in a strong economic downturn."

Nicolas de Tavernost,
Président du Directoire,
Groupe M6

interviews, making-of documentaries and outtakes, similar to the bonus features found on DVDs. After the integration of Cyréalys group and the successful launch of thematic internet portals based on Groupe M6's brands – including *Turbo.fr* (cars), *Deco.fr* (home decoration) and *Teva.fr* (women) – **M6 Web** improved its market position. In 2009, Groupe M6 reached an average audience of 12 million unique users per month across all its internet sites, compared to 11 million unique users in 2008.

The **audiovisual rights** division benefited from the box office success of the movies *Twilight chapitre 1 – Fascination*, *Harvey Milk* and *Prédications*.

Groupe M6's football club, **Girondins de Bordeaux**, ended the 2008/09 season as winners of the League Cup and the French championship (Ligue 1). Therefore, the team qualified for the UEFA Champions League season 2009/10, where it advanced to the round of 16 in November 2009, finishing the group stage with 16 out of 18 possible points, above Bayern München and Juventus Turin. At the end of 2009, the team coached by former world champion Laurent Blanc again ranked number one in the French championship. Based on this series of successes, the profit contribution from the football club Girondins de Bordeaux increased to €7.4 million in 2009 (2008: €5.6 million), while revenue was up to €104 million (2008: €79 million).

National audience breakdown

Source: Médiamétrie. Target: housewives < 50.

2009 (%)



M6	17.2
W9	3.3
TF1	29.8
France 2	12.8
France 3	6.7
Canal Plus	2.6
France 5	1.9
Arte	0.8
Others	24.9

FREMANTLEMEDIA



Financial results

Despite the economic downturn, RTL Group's production arm, FremantleMedia, again reached the record results level of the previous year. The company generated revenue of €1,183 million (2008: €1,203 million) and reported an EBITA of €155 million (2008: €155 million), with solid performances around FremantleMedia's global network of companies, particularly in the US, UK and the company's Enterprises business, plus the first-time profit contribution from the newly acquired US production company, Original Productions.

	Year to December 2009 €m	Year to December 2008 €m	Per cent change
Revenue	1,183	1,203	(1.7)
Adjusted EBITA	160	159	+0.6
Restructuring costs	(5)	(4)	+25.0
Reported EBITA	155	155	0.0

Production businesses

In 2009, FremantleMedia's global network of production companies was responsible for nearly 9,500 hours of award-winning TV programming across 57 countries, making it one of the largest creators of international programme brands. The company distributed its programmes to more than 150 countries.

FremantleMedia productions topped the ratings charts in nearly every major territory in the world, including the US, the UK, Germany, Australia and France. Many of the company's key formats also set new records and delivered larger audiences than ever before, including *Got Talent* in the UK and Germany, *The X Factor* in the UK and Denmark, and *The Farmer Wants A Wife* in France and the Netherlands. FremantleMedia's entertainment formats continued to travel well during 2009. For the second year running, *Hole In The Wall*, a Japanese game show from Fuji TV, was FremantleMedia's most successful

travelling format of the year, entering 13 new markets and bringing its total number of territories up to 39. *Got Talent*, which is co-produced with Syco in the UK and the US, added another nine new markets to its roster in 2009, while *Take Me Out* – a new dating format developed by FremantleMedia France – is well on its way to becoming a major global format, rolling out to five new territories in 2009, taking its total number up to eight territories. The company also has a strong stable of popular daily soaps, telenovelas, drama series and factual entertainment formats.

In the US, *American Idol* remained the country's most watched prime time entertainment show for the fifth consecutive year. Season eight of the programme, which is co-produced by 19 Entertainment, and broadcast by the Fox network, achieved an average audience of 24.9 million viewers and a share of 23.5 per cent among viewers aged 18 to 49 – over three times higher than Fox's prime time average share. Returning to NBC in the summer of 2009, the fourth season of *America's Got Talent* was the network's highest rated series, attracting an average audience of 12.3 million viewers. Originally launched in 1956, *The Price Is Right*, on CBS, remained the number one daytime game show, averaging 4.6 million viewers in 2009. In October, the classic game show *Let's Make A Deal*, a Hatos Hall Productions format, returned to CBS as a daytime strip, gaining daily audiences of over 2 million viewers.

In the UK, audiences for all of FremantleMedia's major entertainment formats experienced year-on-year growth. Series three of *Britain's Got Talent*, shown on ITV 1, was the most successful yet, winning an average total audience share of 52.8 per cent. The season finale was watched by 18.3 million viewers – nearly one-third of the UK population – making it the highest rated entertainment show this decade and the top-performing programme of 2009. Contestant Susan Boyle became a worldwide phenomenon within days. Since her first audition, she has been watched hundreds of millions of times on YouTube around the world, making her one of the most viewed stars ever on the video platform. Returning to ITV 1 in the autumn, series six of *The X Factor*, co-produced with Syco, was the most popular yet. It became the UK's second highest rated

series of 2009, with an average total audience share of 46.9 per cent. Series-on-series, the average audience for *The X Factor* rose by 20 per cent. FremantleMedia also produced top-rated programmes for the other major channels in the UK, including season five of *The Apprentice*, a Mark Burnett Productions format for BBC One, and the popular property show *Grand Designs* for Channel 4, while *Neighbours*, produced by FremantleMedia Australia, remained Five's most watched daytime programme.

In Germany, series three of *Das Supertalent* (Got Talent) delivered the highest ratings yet for the format, with an average audience of 6.8 million viewers, representing an audience growth of 25 per cent year-on-year. For the target audience of viewers aged 14 to 49, *Das Supertalent* achieved an average audience share of 33.2 per cent. Meanwhile, season six of *Deutschland sucht den Superstar* (Idols) scored an average audience share of 30.6 per cent among young viewers for RTL Television, also up from the previous year.

Airing in October, the two-part event movie *Der Vulkan*, produced by Teamworx, a subsidiary of FremantleMedia's German production arm UFA, won a total audience of 6.3 million viewers, making it RTL Television's highest rated TV movie of the year.

In Australia, the finale of the cooking game show *Master Chef* attracted 3.7 million viewers, making it the most watched non-sports show ever aired in that territory. On average, the first season of the show, which was broadcast on Network Ten, achieved a total audience share of 41.3 per cent.

As part of its global growth strategy, which combines organic growth with selected acquisitions, FremantleMedia acquired a 75 per cent stake in Original Productions – the US-based creator of hit TV shows such as *Ice Road Truckers* and *Ax Men* – in February 2009.

Number of hours produced

Programmes	2009	2008
New	1,904	2,451
Returning	7,545	7,466
Total	9,449	9,917

Breakdown of hours produced by main markets

	2009	2008
Germany	1,180	1,309
USA	705	916
Spain	522	632
France	510	354
UK	452	455
Italy	372	261



The FremantleMedia subsidiaries Talkback Thames and UFA Fernsehproduktion formed a joint Drama Development Unit in Berlin to create drama co-productions for the UK and German markets. The move follows a successful collaboration between the two companies last year on *The Bill* and *Soko Leipzig*, popular prime time police dramas in Britain and Germany respectively.

FremantleMedia Enterprises (FME)

FremantleMedia Enterprises (FME) works with FremantleMedia's own brands and those of third parties to create added revenue opportunities through international content distribution, licensing, new media and home entertainment.

Through their global distribution network, FME continued to distribute the hit UK drama series *The Adventures of Merlin*, a Shine production for BBC One. At the end of 2009, the first season of the programme had been sold to 52 broadcasters in over 180 countries, and season two has to date sold to more than 165 countries. In December, the BBC announced its commission of a third series.

FME secured international sales of *American Idol* to more than 150 countries, including France, Japan, the UK and Australia. In a unique extension of the *Idols* brand, the company succeeded in closing a deal to create a TV programme-based attraction – *The American Idol Experience* – at Walt Disney World Resort, Florida, which opened in February 2009. Other new live events launched by FME in 2009 include *America's Got Talent Live* in Las Vegas, *Taste of Emeril's – Cooking Challenge* in Atlantic City, and the inaugural table tennis tournament *Hardbat Classic*, also in Las Vegas. The long-running *The Price is Right Live* in Las Vegas also enjoyed continued success.

The *Britain's Got Talent* website, created by Talkback Thames Digital, had record-breaking success with over 51 million videos watched. The award-winning website for *The X Factor* attracted nearly 30 million video views. The official *X Factor* YouTube channel reached number five in the all-time most popular UK channel chart.

"2009 was an outstanding year for us. We inspired audiences with our creative work worldwide, as well as delivering record breaking ratings and concluding major and innovative commercial deals."

Tony Cohen,
CEO, FremantleMedia

RTL NEDERLAND

rt(4) rt(5) rt(7) rt(8) 1538 rt(lounge)

Financial results

Total revenue at RTL Nederland was down 14.9 per cent to €371 million (2008: €436 million) as TV and radio advertising revenue decreased considerably. The Dutch TV advertising market was estimated to be down 10.7 per cent, with RTL Nederland taking 39.5 per cent of the market (2008: 39.0 per cent).

Total EBITA of the profit centre increased to €72 million (2008: €70 million), thanks to an early focus on cost reduction. The TV activities reduced their operating costs by €41 million – 14 per cent year-on-year – mainly driven by programme cost savings and lower personnel costs resulting from the company's restructuring in 2008, which had impacted the unit's previous year EBITA.

	Year to December 2009 €m	Year to December 2008 €m	Per cent change
Revenue			
TV	318	372	(14.5)
Radio	53	64	(17.2)
Total	371	436	(14.9)
EBITA			
TV	53	59	(10.2)
Radio	19	29	(34.5)
Restructuring costs	–	(18)	n.a.
Total	72	70	+2.9

Audience ratings

RTL Nederland's family of channels achieved a combined prime time audience share of 32.3 per cent in the main commercial target group of shoppers aged 20 to 49, up 1.8 percentage points from 2008 (30.5 per cent). This put RTL Nederland clearly ahead of its main commercial competitor, SBS group (28.0 per cent), and the public broadcasters (26.1 per cent).

The ratings increase was mainly driven by the flagship channel **RTL 4**, which grew its average prime time

RTL 4

TV audience share

Source: SKO. Target: shoppers 20–49 (18–24h).

2005–2009 (%)

09		17.0
08		14.9
07		14.8
06		15.8
05		17.6

audience share strongly, from 14.9 to 17.0 per cent, in the target group of shoppers aged 20 to 49. The channel's theme nights on weekdays consist of a diverse range of new and established programmes that have attracted large audiences. They include factual entertainment formats such as *Uitstel Van Executie*, *Mijn Tent Is Top*, and *De Frogers: Effe Geen Cent Te Makken*, plus US crime series such as *CSI* and *Bones*. Weekend nights are dominated by family entertainment formats and shows, including *Ik Hou Van Holland*, *Ushi & Dushi*, and the successful new comedy format *De TV Kantine*. Series two of *X Factor* performed very well, winning an average audience share of 30.9 per cent in the target group (shoppers aged 20 to 49) and was the channel's highest rated show of 2009 for this audience. RTL 4's early evening, with formats such as *Editie NL*, *RTL Boulevard*, *RTL Nieuws* and the long-running daily soap *Goede Tijden, Slechte Tijden* (Good Times, Bad Times) also achieved strong ratings in 2009.

RTL 5 finished 2009 with a 9.6 per cent prime time audience share in the 20 to 34-year-old demographic, up from 9.1 per cent in 2008, with blockbuster movies, Dutch versions of reality shows (*Benelux Next Top Model*, *Expeditie Robinson*, *So You Think You*

RTL 5

TV audience share

Source: SKO. Target: 20–34 (18–24h).

2005–2009 (%)

09		9.6
08		9.1
07		10.1
06		11.0
05		9.0

*12 August–31 December 2005

RTL 7

TV audience share

Source: SKO. Target: men 20-49 (18-24h).

2005-2009 (%)

09	6.7
08	6.9
07	6.7
06	5.4
05	4.8

*12 August - 31 December 2005

Can Dance), dating shows (*Take Me Out*, *Daten In Het Donker*) and the game show *Wipe Out* scoring high ratings among young viewers. **RTL 7** achieved an audience share of 6.7 per cent in its main target demographic of men aged 20 to 49 (2008: 6.9 per cent). Key pillars of the channel's schedule are live broadcasts of football games, the weekly football magazine *Voetbal International*, motor sports and movies for men. **RTL 8** achieved a prime time audience share of 3.3 per cent in its key target group of women aged 20 to 49, slightly down from 2008 (3.4 per cent).

At the beginning of October 2009, RTL Nederland launched its first special-interest channel, **RTL Lounge**, which is available through some cable providers' pay packages. Aimed primarily at young women, its programming is based on drama series and lifestyle, with the prime time lifestyle slot covering a different theme each day of the week. RTL Lounge has already become the country's most viewed digital channel.

In July 2009, RTL Nederland and cable operator UPC signed a co-operation agreement to make all RTL channels available in high definition.

Radio 538 is a hit radio station, which plays a range of contemporary and recent chart music, plus dance music and R&B, presented by the Netherlands' most popular DJs. Co-operation between RTL Nederland's TV and radio activities was strengthened during 2009. For example, Radio 538 hosts a series of popular events and promotions in co-operation with the RTL TV channels, including the highly popular Queen's Day party in Amsterdam in partnership with RTL 5, and Hotel 538, a meet and greet between *X Factor* finalists and Radio 538 listeners. In 2009, Radio 538 achieved an average audience share of 16.2 per cent among listeners aged 20 to 49 (2008: 16.9 per cent), making it the country's leading radio station by a large margin. The station's share of the net radio advertising market was 25.1 per cent (2008: 26.9 per cent). Despite the economic downturn, the radio station remained highly profitable, with a 35.8 per cent profit margin (2008: 45.0 per cent).

At the end of October, the RTL brand returned to the Dutch radio market to launch the digital radio station RTL Lounge Radio, which targets the same female



audience as the new digital TV channel. Radio 538 supplies technology and programming for RTL Lounge Radio.

New media and diversification activities

RTL Nederland's internet activities grew strongly in 2009. The company's network of websites – including the general portal *RTL.nl*, the catch-up TV service *RTLGemist.nl*, the new cooking portal *Etenvandaag.nl*, the new gaming portal *Spelsalon.nl*, and a variety of websites dedicated to popular formats such as *X Factor* – increased its average number of unique users per month to 5.1 million (2008: 3.9 million).

The number of video views more than doubled to 185 million (2008: 91 million). The most popular streams were episodes of the daily soap *Goede Tijden, Slechte Tijden*, the entertainment news show *RTL Boulevard*, and clips from the *RTL Nieuws* website. The offer extended its reach during 2009 through cooperation with leading cable networks Ziggo and UPC, making it available on TV screens. A new functionality has also been added to UPC's on-demand service, enabling viewers to watch episodes of several RTL TV series before they are broadcast on RTL Nederland's channels.

"Thanks to our early focus on cost reduction, RTL Nederland increased its EBITA in 2009. At the same time, our flagship channel, RTL 4, became again the clear market leader."

Bert Habets,
CEO, RTL Nederland

National audience breakdown

Source: SKO. Target: shoppers 20-49 (18-24h).

2009 (%)



RTL 4	17.0
RTL 5	8.1
RTL 7	4.2
RTL 8	3.0
Nederland 1	14.4
SBS 6	14.3
Nederland 3	7.8
Net 5	7.6
Veronica	6.0
Nederland 2	3.9
Others	13.7

FIVE GROUP



Financial results

In a net TV advertising market estimated to be down 12.5 per cent year-on-year, revenue of the Five Group fell 29.9 per cent to €303 million (2008: €432 million). In local currency, revenue was down 21.1 per cent. After several years of growing its share of the advertising market, the Five family of channels – including the digital channels Five USA and Fiver – lost market share in 2009, accounting for 8.4 per cent of the net TV advertising market (2008: 9.6 per cent).

The Five Group reported an operating loss of €10 million (2008: operating EBITA of €2 million). This figure excludes restructuring costs of €9 million and a programme write-down amounting to €22 million, relating to revised revenue expectations for acquired US series, based on weak market conditions.

Throughout the reporting period, management worked intensively on recalibrating the company's cost base. In early March 2009, Five presented a comprehensive restructuring plan, designed to increase the efficiency of the broadcaster. The plan called for leaner management structures and a significant headcount reduction. Eighty seven positions out of a total workforce of 354 were impacted. At the same time, Five undertook stringent cost management across all of its channels to limit the EBITA impact of the advertising revenue shortfall. The business took the decision to concentrate its efforts on the more commercially valuable parts of the schedule, such as prime time. In local currency, the Five Group reduced its operating costs, excluding restructuring costs and write-downs, by GBP 65 million or 19 per cent in 2009, mainly as a result of significant programme cost savings.

	Year to December 2009 €m	Year to December 2008 €m	Per cent change
Revenue	303	432	(29.9)
Revenue in local currency	269	341	(21.1)
EBITA Five main channel	4	16	(75.0)
EBITA Five digital channels	(14)	(14)	0.0
Operating EBITA	(10)	2	n.a.
Restructuring costs	(9)	(4)	>100.0
Programme write-down	(22)	–	n.a.



“A renewed focus on the schedule led to Five becoming the only terrestrial family of channels in the UK to post an increase in its viewing share, despite the need to make significant programme cost savings.”

Dawn Airey,
Chair and CEO, Five

Five Group*

TV audience share

Source: BARB. Target: 16+.

2005–2009 (%)

09		6.3
08		6.2
07		6.2
06		6.0
05		6.6

*Including Five USA and Fiver, launched in October 2006

Audience ratings

Five was the only terrestrial family of channels in the UK to increase its adult viewing share in 2009, up slightly to 6.27 per cent (2008: 6.24 per cent). The ITV and Channel 4 families both lost audience share.

As in previous years, all of the UK's main terrestrial channels lost audience share, largely due to fragmentation from the increasing penetration of multi-channel digital TV. Five experienced the least decline of all the commercial channels, retaining a 4.98 per cent audience share among viewers aged 16 and over (2008: 5.14 per cent).

Cornerstones of the **Five** schedule, such as the *CSI* franchises, attracted some of the channel's highest ever audiences during the reporting period. The episode broadcast on 17 March 2009, which centred on the departure of lead character Gil Grissom (William Petersen), drew 4.3 million adults – the highest audience ever for a drama on Five, despite the crime series being in its ninth season. *CSI*'s ongoing popularity provided the springboard for Five to launch two new acquisitions, *Flash Forward* and *The Mentalist*, and to market the channel as the home of US drama on British TV. The series premiere of *The Mentalist*, on 26 March, achieved the highest audience for a new drama in the channel's history with 4.12 million adult viewers and an 18.3 per cent share. Over the course of 2009, *The Mentalist* averaged 2.84 million viewers (12 per cent total audience share). *FlashForward*, a tense episodic drama, also made an impressive debut with 4.1 million viewers, and averaged 3.6 million individuals across the series – a share of 13.1 per cent.

These achievements also extended to some of Five's long-running domestic commissions. The final day of The Ashes cricket tournament between England and Australia delivered the highest audience ever for the channel's cricket coverage: 2.09 million viewers. Similarly, the 12th season of *The Gadget Show* was its most successful to date, attracting an average of 1.62 million viewers across the series and a 6.6 per cent total audience share.

In the digital arena, Five's two digital channels capitalised on new brand identities by achieving a third consecutive year of share growth. **Five USA**'s share of adult viewing grew by more than a fifth to 0.75 per cent (2008: 0.61 per cent), while **Five's** audience share among viewers aged 16 and over increased to 0.54 per cent (2008: 0.49 per cent).

New media and diversification activities

Following a relaxation in the rules surrounding teleshopping, 2009 saw Five enter the gaming arena. The company concluded an innovative commercial airtime deal with Net Play TV to broadcast a live interactive casino programme during the late night teleshopping window of the main channel. The five-year deal offers revenue participation to Five, and the company has been granted a 5 per cent option over the share capital of Net Play TV.

Two internet gaming products, Five Casino and Five Bingo, developed in partnership with Party Gaming, were rolled out during the period. The company also launched two category-specific websites designed to showcase selected Five TV content to precise demographics. FiveFwd, aimed at young male fans of cars and technology, carries content from *The Gadget Show* and motoring series *Fifth Gear*. Holy Soap, intended for female soap fans, contains full length episodes of Five's two Australian serials, *Neighbours* and *Home and Away*, as well as news, episodes and clips from all the major TV soaps.

As a result of these efforts, the number of monthly unique visitors to Five's portfolio of websites rose by 28 per cent in 2009 to an average of 1.83 million (2008: 1.43 million). The number of long-form videos served by Demand Five rose to an average of 1.3 million per month (2008: 0.3 million). In all, Five's family of websites served 50.7 million long- and short-form video streams in 2009 (2008: 12.6 million).

Five concluded a deal with Google to make a library of full-length TV programmes available via YouTube. The deal enables YouTube users in the UK to access more than 250 hours of recently-broadcast catch-up TV and archive programmes. Five Sales sells display and video advertising around the content.

The company also grew its brand presence offline. The inaugural *Gadget Show Live*, based on the popular factual series, won the UK Association of Exhibition Organisers' award for Best Consumer Launch. All 30,000 tickets for the three-day event, which took place in April at the National Exhibition Centre in Birmingham, were sold out in advance. It will now become an annual event.

National audience breakdown

Source: BARB. Target: 16+.

2009 (%)



Five (main channel)	5.0
BBC One	21.9
ITV 1	18.4
Channel 4	7.6
BBC Two	7.8
Others	39.3

RTL BELGIUM



Financial results

Revenue at the Belgian profit centre, which includes TV and radio activities, decreased by 6.0 per cent to €203 million (2008: €216 million). The net TV advertising market in French-speaking Belgium was estimated to be down 3.8 per cent, with RTL Belgium outperforming the market. The radio advertising market also decreased significantly. The shortfall in advertising revenue was partly compensated by a strong increase in non-advertising revenue. This was mainly due to the first-time consolidation of the home-shopping service HSS Belgium, which has become a 50/50 joint venture with Groupe M6.

Total EBITA for the profit centre decreased to €36 million (2008: €39 million), mainly due to a lower profit contribution from the unit's radio business, while operating costs at RTL Belgium's TV business were reduced by €6 million (6 per cent year-on-year).

	Year to December 2009 €m	Year to December 2008 €m	Per cent change
Revenue			
TV	158	164	(3.7)
Radio	45	52	(13.5)
Total	203	216	(6.0)
EBITA			
TV	20	20	0.0
Radio	16	19	(15.8)
Total	36	39	(7.7)



"With its best year ever in terms of audience ratings, the RTL family of TV channels significantly enhanced its position as market leader in French-speaking Belgium."

Philippe Delusinne,
CEO, RTL Belgium

Audience ratings

The RTL family of TV channels significantly enhanced its position as market leader in French-speaking Belgium, with an average prime time audience share of 38.9 per cent in the target group of shoppers aged 18 to 54 – 2.9 percentage points higher than in 2008 (36.0 per cent). This record result underlines the complementary positioning of RTL-TVI (general-interest), Club RTL (sport, children's programming and alternative fiction) and Plug RTL (young viewers aged 15 to 34). In terms of total audience, the family of channels aired 81 of the year's 100 top programmes.

RTL-TVI TV audience share

Source: Audimétrie. Target: shoppers 18-54 (17-23h). 2006-2009 (%)

09		28.9
08		26.3
07		26.8
06		26.6

This positive development was mainly driven by the flagship channel **RTL-TVI**, which increased its average prime time audience share to 28.9 per cent in the main commercial target group (2008: 26.3 per cent) and widened its lead over the public broadcaster La Une to 17.1 percentage points. RTL-TVI was also the clear market leader in terms of total audience share.

RTL-TVI's news programmes remained the clear favourite among viewers in French-speaking Belgium. With a total audience share of 43.7 per cent, the midday news scored the highest ratings every day in 2009, while the main news bulletin, *Le Journal*, was number one on all but four evenings, with an average total audience share of 46.6 per cent – 14.5 percentage points ahead of its direct competitor, *JT*, on the public broadcaster La Une. RTL-TVI also drew large audiences with its early-evening information programmes such as *Tout s'explique*, *Images à l'appui*, *Coûte que Coûte*, *Enquêtes* and the emblematic *Place Royale*. All the top 10 magazine shows of 2009 were aired by RTL-TVI.

In January 2009, the factual entertainment show *Un dîner presque parfait* (Come Dine With Me) moved from Plug RTL to the flagship RTL-TVI where the format continued to grow in popularity, scoring an average audience share of 39.6 per cent in the main commercial target group of shoppers aged 18 to 54. Based on this success, and on higher ratings for the game show *Septante et un*, the channel's audience share increased to 31.3 per cent in the 17:00 to 19:00 time slot.

In prime time, the first season of the Belgian version of the romantic docu-soap *L'amour est dans le pré* (The Farmer Wants A Wife) scored an average

audience share of 37.6 per cent among shoppers aged 18 to 54, making it the second most popular entertainment format after RTL-TVI's show with the Belgian comedian François Pirette. The highest rated of today's US series were again aired by RTL-TVI, including *Desperate Housewives*, *CSI: Miami*, *Dr House*, *CSI: NY*, and *NCIS Enquêtes Spéciales*. On Thursday evenings, traditionally reserved for films, RTL-TVI recorded an average audience share of 34.1 per cent in its main target group.

Club RTL TV audience share

Source: Audimétrie. Target: men 18-54 (17-23h). 2006-2009 (%)

09		7.1
08		7.2
07		7.1
06		6.7

Club RTL continued to focus on children's programmes during the day and sports in the evening. The channel drew large audiences with its football show *La Coupe*, broadcasting Belgian Cup matches, the animated sitcom *Les Simpson* (The Simpsons), French comedy series *Camera Café*, and films. Club RTL ended the year with a prime time audience share of 7.1 per cent in its main target group of male viewers aged 18 to 54 (2008: 7.2 per cent).

Plug RTL TV audience share

Source: Audimétrie. Target: 15-34 (17-23h). 2006-2009 (%)

09		4.8
08		4.4
07		3.7
06		3.9

Plug RTL continued its audience growth following last year's rebranding and repositioning. The channel's prime time audience share among young viewers aged 15 to 34 increased to 4.8 per cent (2008: 4.4 per cent). The channel's flagship formats include popular entertainment programmes from Groupe M6, such as *D&Co*, *Pékin Express* and *Nouvelle Star*, plus repeats of hit US series such as *CSI: Miami*, *Lost* and *Heroes*.

Radio Contact**Radio audience share**

Source: CIM Radio (Spring Wave). Target: 12+.

2005-2009 (%)

09		17.9
08		15.1
07		13.6
06		15.0
05		15.6

Bel RTL**Radio audience share**

Source: CIM Radio (Spring Wave). Target: 12+.

2005-2009 (%)

09		17.2
08		19.5
07		19.6
06		19.6
05		21.1

According to the CIM audience survey covering January to June 2009, **Radio Contact** took the lead in the French-speaking Belgium radio market for the first time since 2001, increasing its audience share from 15.1 per cent to 17.9 per cent. It was followed by **Bel RTL**, which achieved an audience share of 17.2 per cent (2008: 19.5 per cent), and remained the market leader in terms of daily reach. With a combined audience share of 35.1 per cent, the two RTL Belgium stations came in ahead of the five public radio stations of the RTBF (31.5 per cent). In the recently published audience survey for the second half of 2009, Bel RTL became again the market leader in terms of audience share, with 18.9 per cent, while Radio Contact continued its strong audience performance, achieving a 17.6 per cent audience share.

New media and diversification activities

In 2009, the number of video views across RTL Belgium's websites increased by a massive 111 per cent to 27 million video streams. This growth was driven by the installation of new video players on all websites, offering users easier access to a greater choice of video content, and intensified on-air promotion on RTL Belgium's TV channels.

The news website *RTLInfo.be* increased its number of unique visitors per day by 20 per cent year-on-year, while video on-demand platform, RTL à l'infini, also recorded sound progresses, with a 58 per cent increase in the number of videos ordered by digital TV subscribers compared to 2008. At the end of 2009, RTL à l'infini launched a monthly subscription service, Selection, offering viewers unlimited access to a choice of the best programmes from RTL Belgium's TV channels. Subscribers benefit from significant savings against pay-per-view prices.

French-speaking**Belgium audience breakdown**

Source: Audimétrie. Target: shoppers 18-54 (17-23h).

2009 (%)



RTL-TV1	28.9
Club RTL	6.2
Plug RTL	3.8
TF1	17.7
La Une	11.8
France 2	6.1
La Deux	5.4
AB 3/AB 4	4.6
France 3	4.1
Others	11.4

RTL RADIO FRANCE



Financial results

In a net radio advertising market estimated to be down 8.7 per cent, reported revenue of the French radio profit centre decreased by 7.9 per cent to €174 million (2008: €189 million). The net advertising share of the RTL radio family increased to 28.3 per cent (2008: 28.0 per cent). Reported EBITA, including restructuring costs and one-time charges, was €15 million (2008: €32 million).

The company recently launched a comprehensive cost-reduction plan, with the aim of reducing its cost base by 10 per cent over the three years from 2009 to 2011. In 2009, operating costs of the profit centre were already down €6 million or 4 per cent, mainly due to lower personnel costs. In December 2009, the company announced the launch of a voluntary mobility plan in 2010 for non-journalist personnel. The plan could result in the departure of more than 10 per cent of the total of 200 staff potentially involved.

	Year to December 2009 €m	Year to December 2008 €m	Per cent change
Revenue	174	189	(7.9)
Adjusted EBITA	18	32	(43.8)
Restructuring costs	(3)	–	n.a.
Reported EBITA	15	32	(53.1)

Audience ratings

RTL Radio, RTL 2 and Fun Radio achieved a combined average audience share of 19.1 per cent, down 0.7 percentage points on 2008. However, the RTL radio family remained clearly ahead of its direct commercial competitors, the radio families of NRJ (15.1 per cent; down 0.8 percentage points on 2008) and Lagardère (14.1 per cent, down 0.1 percentage points on 2008).

RTL Radio

Source: Médiamétrie. Target: 13+.

Radio audience share

2005–2009 (%)

09	12.4
08	13.0
07	12.8
06	11.7
05	11.5

In a challenging environment where major stations such as Europe 1 and NRJ significantly revamped their morning prime time slots, the flagship station **RTL Radio** achieved a market-leading average audience share of 12.4 per cent (2008: 13.0 per cent) and remained the unchallenged leader in the other key ratings criteria – daily cumulated audience and time spent listening.

Several key programme slots continued to perform strongly and maintained their leading position, including *Ca Peut Vous Arriver*, hosted by Julien Courbet, and the station's legendary afternoon hit show, *Les Grosses Têtes*, hosted by Philippe Bouvard. In terms of audience share, both programmes were 88 per cent ahead of their closest rival in their respective time slot. RTL Radio also defended the clear leadership of its prime time (7:30 to 9:30) news programme, which attracted an average audience of 4 million listeners, representing a 13.9 per cent total audience share.

RTL Radio confirmed its status as the number one French radio station by continuing to provide exclusive content to its listeners and by introducing new concepts. In the midst of the financial crisis, RTL Radio launched *Journée RTL emploi* (Job



"RTL Radio confirmed its status as the number one French radio station by continuing to provide exclusive content to its listeners, and by introducing new concepts."

Christopher Baldelli,
CEO, RTL Radio (France)

Creation Day), an entire day dedicated to helping people find jobs. The programme gave advice on people's problems, while job offers were published for free on its website. The programme became a regular monthly special from September, quickly gaining popularity. Between its launch in March 2009 and November 2009, the number of job offers available online tripled to 35,000.

In 2009, RTL Radio again teamed up with international stars such as Prince, Seal, and Michael Bubl , along with up-and-coming talents such as Melody Gardot, who chose RTL's studios for intimate concerts. The station was also the partner of long-anticipated comebacks such as the AC/DC and Paul McCartney concerts.

Fun Radio

Radio audience share

Source: Médiamétrie. Target: 13+.

2005-2009 (%)

09	■	3.8
08	■	3.8
07	■	3.8
06	■	3.4
05	■	3.1

Positioning **Fun Radio** as a 'dance-floor music format' proved to be a winning strategy. In a difficult market for music radio stations – which have lost 3.8 percentage points of total audience share over the past four years – Fun Radio stabilised its audience share at 3.8 per cent. The popular morning show, hosted by Manu and Virginie, attracts more than 1.5 million listeners daily, and the station has established itself as the reference radio station in the dance music scene by adding Madonna (a former NRJ exclusive) to its portfolio of musical partnerships, which already includes Britney Spears, Lady Gaga, David Guetta and Beyoncé.

RTL 2

Radio audience share

Source: Médiamétrie. Target: 13+.

2005-2009 (%)

09	■	2.9
08	■	3.0
07	■	3.0
06	■	2.8
05	■	3.0

RTL 2, the pop/rock station, ended 2009 with an average audience share of 2.9 per cent (2008: 3.0 per cent). With a popular morning show, which reached its highest audience level in spring, and an appealing mix of new pop/rock artists such as Jason Mraz and Renan Luce, and old favourites such as U2 and Phil Collins, RTL 2 successfully bucked the decline among music stations. In December 2009,

the station announced that Calogero – a major French singer and former NRJ exclusive – would join the RTL 2 partnerships.

New media and diversification activities

At the end of May 2009, the French media regulator, Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), granted digital transmission licences to 160 radio stations in three major cities – Paris, Marseille and Nice. The RTL radio family was granted one additional licence for **RTL L'Equipe**, a 50/50 joint venture with the leading French sports daily, *L'Equipe*. The station was launched in October 2007 as an internet radio station dedicated to sports and news, and has significantly increased its online audience since then. The average number of unique users per month grew to 157,000 in 2009.

Over the course of the year, traffic to the websites operated by **RTL Net**, RTL Radio's online subsidiary, has significantly increased by 62 per cent to 3.4 million unique visitors per month (2008: 2.1 million unique visitors). In particular, RTL Radio's website, *RTL.fr*, has confirmed its position as the number one radio site in France. With a monthly average of 2.5 million unique visitors in 2009, the site increased its audience by over 60 per cent compared to 2008.

In 2009, RTL Net continued developing its internet activities with four new thematic websites, including *RTLConso.fr*, dedicated to helping consumers, and *OnRefaitLesCourses.fr*, which provides France's six million racegoers with tips and advice on horse betting. RTL Net also launched a new version of *RTL2.fr*, WAP mobile websites for each of the three radio stations, and three iPhone applications – Fun Radio's becoming the most downloaded app of any French radio station.

In November 2009, Fun Radio extended its *Starfloor* CD brand by creating, in partnership with the Groupe M6 TV channels, a huge dance music event at the Coliseum in Paris Bercy. This unique live concert featured stars such as Shakira, Martin Solveig, Bob Sinclair and Flo-Rida. The 14,000 tickets available for the concert were sold out a month before the event took place.

National audience breakdown

Source: Médiamétrie. Target: 13+.

2009 (%)



General-interest radio networks

RTL	12.4
France Inter	9.8
Europe 1	8.2

Music radio networks targeting adults

RTL 2	2.9
Nostalgie	4.9
RFM	3.1
Chérie FM	2.9

Music radio networks targeting young listeners

Fun Radio	3.8
NRJ	5.7
Skyrock	4.4

Other formats 41.9

OTHER SEGMENTS



This segment comprises the fully consolidated businesses RTL Klub (Hungary), Alpha Media Group (Greece), RTL Televizija (Croatia), and RTL Group's Luxembourgish activities, plus UFA Sports, the Corporate Centre, the German radio business and the at-equity participations in Grupo Antena 3 (Spain) and Ren TV (Russia).

RTL Klub

Following a change in the shareholding structure, which resulted in RTL Group holding 67 per cent of the economic rights, **RTL Klub** has been fully consolidated into the 2009 accounts from 1 April 2009. Since this date, consolidated revenue amounted to €83 million and EBITA to €18 million (profit share based upon equity accounting in 2008: €10 million). In a net TV advertising market estimated to be down 17.3 per cent, the channel's market share decreased to 46.7 per cent (2008: 47.8 per cent). In reaction to the difficult economic climate, the company implemented stringent cost management and succeeded in reducing operating costs by 18 per cent year-on-year.

At the end of 2009, more than 80 per cent of Hungarian households had access to multichannel services – mainly due to the expansion of digital satellite TV – while the total number of Hungarian-speaking channels increased to 82 at the end of 2009, with 18 of them being launched in the past 18 months. As a result of this increasing audience fragmentation, RTL Klub's prime time audience share in the key demographic of 18 to 49-year-old viewers decreased to 30.7 per (2008: 32.6 per cent). Despite this, the channel extended its lead over its closest competitor, TV 2, to 8.6 percentage points (2008: 7.9 percentage points).

RTL Klub's clear audience leadership was achieved by its broad range of programmes, including established audience favourites such as the daily soap *Barátok Közt* (Between Friends), the tabloid



"With RTL Most, we launched Hungary's first catch-up TV service. More than 12 million video views since the launch and the end of 2009 clearly show that our audience quickly embraced this new service."

Dirk Gerkens,
CEO, RTL Klub

news magazine *Fókusz*, the daily news show *Híradó*, US drama series such as *The Mentalist*, *ER*, *CSI: Miami*, *CSI: NY* and *Grey's Anatomy*, and blockbuster movies. RTL Klub's biggest hit in 2009 was the second season of the talent show *Csillag születik* (A Star Is Born). With a modified concept and a new jury, the show achieved an average audience share of 50.2 per cent in the commercial target group. Another popular programme in 2009 was the reality show *Marry me, Dániell*, featuring the eccentric

musician Dániel Benko (average audience share 18 to 49: 36.8 per cent).

RTL Klub was the first commercial broadcaster to join Antenna Hungária's digital terrestrial platform, Min Dig TV, an important step to facilitate the digital switchover.

At the end of September 2009, RTL Klub launched RTL Most, Hungary's first catch-up TV service. The website offers RTL Klub's domestic programmes in high quality shortly after they air on TV. Between its launch and the end of the year, more than 12 million long-form videos were viewed by around 300,000 registered users.

RTL Klub TV audience share

Source: AGB Hungary. Target: 18-49 (prime time). 2005-2009 (%)

09		30.7
08		32.6
07		34.8
06		34.4
05		36.5

National audience breakdown

Source: AGB Hungary. Target: 18-49 (prime time). 2009 (%)



RTL Klub	30.7
TV 2	22.1
MTV 1	4.9
Viasat	5.1
Others	37.2

Alpha Media Group

In December 2008, RTL Group gained control of the Greek broadcasting company **Alpha Media Group**. In reaction to the substantial economic downturn – the Greek TV advertising market fell by an estimated 18.7 per cent in 2009 – local management initiated a comprehensive turnaround plan for the company. First, the programme grid of Alpha TV was completely overhauled, positioning it as a family-oriented channel with a focus on docu-soaps and entertainment. At the same time the channel's hit formats such as the morning entertainment show *Kafes me tin Eleni*, the real life entertainment programme *Pame Paketo*, and the satirical comedy show *Al Tsantiri Niouz* with Lakis Lazopoulos, were retained. Secondly, operating costs were reduced drastically over the reporting period. Excluding restructuring costs, operating costs were down by €40 million or 29 per cent year-on-year, resulting from significantly lower programme and overhead costs. In total, the headcount of the company was reduced from 669 to 506 employees over the year.



The channel's new programming strategy has already proved successful. Overall, Alpha TV increased its average audience share in its main target group of viewers aged 15 to 44 to 13.7 per cent in 2009, up from 12.5 per cent in 2008. The channel scored particularly high ratings with local adaptations of internationally successful formats, including *Come Dine With Me*, *Kitchen Nightmares* and *The Farmer Wants A Wife*. In access prime time, *Come Dine With Me* has become the most watched show in its time slot, achieving an average audience share of 25.1 per cent among viewers aged 15 to 44 since its launch on 30 March 2009. In prime time, the satirical comedy show *Al Tsantiri Niouz* remained the channel's – and the market's – most successful programme, with an average audience share of 52.4 per cent in the target group in 2009. In Q4/2009, Alpha TV improved its average audience share among young viewers to 15.1 per cent, up 2.6 percentage points compared to Q4/2008. In prime time, the gain was even bigger: plus 7.2 percentage points to 18.1 per cent.

"Throughout 2009, Alpha TV was repositioned as a family-oriented channel with a focus on entertainment and docu-soaps. With significantly growing audience shares, the new programming strategy has already proved successful."

Christoph Mainusch,
CEO, Alpha Media Group

Despite significantly lower revenue amounting to €70 million – down 28.3 per cent on a pro-forma basis – the company was able to achieve a better result than in 2008, thanks to its clear focus on cost-cutting. EBITA was minus €34 million, including restructuring costs of €6 million. This compares to a pro-forma EBITA of minus €41 million in 2008. In 2010, the company will operate with a significantly reduced cost base.

National audience breakdown

Source: AGB Nielsen Media Research. Target: 15-44. 2009 (%)



Alpha TV	13.7
Mega	19.4
Antenna	16.8
Star	13.2
Alter	7.8
Skai	5.0
Net	6.6
Others	17.5

RTL Televizija

In a Croatian TV advertising market that fell by an estimated 19.1 per cent, revenue of **RTL Televizija** decreased by 18.0 per cent to €41 million (2008: €50 million). Consequently, the channel's net TV advertising market share increased to 42.5 per cent (2008: 41.4 per cent). EBITA was minus €3 million (2008: €2 million), reflecting the shortfall in advertising revenue. Excluding the significant programme investment for the handball world championship in January 2009, the company's operating costs fell €6 million or 12 per cent.

Over two weeks in January 2009, RTL Televizija broadcast more than 70 hours of handball World Cup coverage, including 27 live matches. The final, between the Croatian and French national teams, became the most watched programme in the history of TV audience measurement in Croatia, among viewers aged 18 to 49, drawing an audience share of 81.3 per cent and a total audience share of 74.9 per cent.

In 2009, RTL Televizija remained the market leader in the main commercial target group of viewers aged 18 to 49, both in prime time and throughout the whole day. While the channel increased its average audience share in prime time – by 0.3 percentage points to 28.0 per cent – the all-day audience share was slightly down to 26.2 per cent (2008: 26.4 per cent).

The channel scored high ratings in all genres. The Croatian version of the popular hit show *Idols – Hrvatska traži zvijezdu* – achieved an average audience share of 32.1 per cent among young viewers, while docu soaps such as *Ljubav je na selu* (The Farmer Wants A Wife) and *Jezikova Juha* (Kitchen Nightmares) also proved highly popular. All of the year's top ten prime time series in the 18 to 49 demographic were aired by RTL Televizija, including *Desperate Housewives*, *Grey's Anatomy*, *The Mentalist*, *Bones*, and *CSI: Miami*. Movies also continue to be an important part of RTL Televizija's schedule. The channel presented all of the ten most-watched movies on Croatian television in 2009. The main news bulletin, *Vijesti*, achieved an average audience share of 33.7 per cent among young viewers.

The company has developed a dedicated specialized second-chance channel, RTL Plus, which offers viewers well-known, locally produced entertainment formats and US series, which already aired on RTL Televizija. RTL Plus is available via IPTV services in Croatia, and as part of both cable and IPTV services targeted at Croatian expatriates in the US, Canada and Australia.



“Despite substantial reduction of the programming budget we were still able to achieve market leadership in Croatia.”

Johannes Züll,
CEO, RTL Televizija

RTL Televizija TV audience share

Source: AGB Nielsen Media Research. Target: 18–49. 2005–2009 (%)

09	26.2
08	26.4
07	28.3
06	28.6
05	28.6

National audience breakdown

Source: AGB Nielsen Media Research. Target: 18–49. 2009 (%)

	RTL Televizija	26.2
	HTV 1	23.6
	Nova	22.8
	HTV 2	12.8
	Others	14.6

RTL Lëtzebuerg, BCE

In 2009, **RTL Lëtzebuerg** celebrated a triple anniversary: it was half a century since RTL Radio Lëtzebuerg first went on air, 40 years since RTL Télé Lëtzebuerg broadcast its first TV programme, and 15 years since the group became active on the internet. The combination of RTL Lëtzebuerg's three media channels achieved an impressive daily reach of 76.5 per cent of all Luxembourgers aged 12 years and over (2008: 73.6 per cent).

RTL Radio Lëtzebuerg remains the country's reference station for both news and entertainment, with 189,000 listeners tuning in every day (2008: 181,000 listeners; Monday to Friday). The station's audience share (12+, Monday to Friday, 5:00 to 24:00) was 67 per cent (2008: 69 per cent). RTL Télé Lëtzebuerg recorded a prime time audience share of 53 per cent (12+, Monday to Friday, 19:00 to 20:00), compared to 56 per cent in 2008. RTL Télé Lëtzebuerg launched several new formats for the 2009/10 season, including the coaching magazine *Behuel dech!* (Behave Yourself!), devoted entirely to proper behaviour and good manners, the cooking show *RTL Kichen – Kachduell* and the new science magazine *PISA de Wëssensmagazin*, a collaboration with M6 in France and RTL-TV1 in Belgium.

BCE, RTL Group's technical services provider in Luxembourg, continued to expand its worldwide tapeless distribution network, Movie2Me, which works as a mass distribution server and also as an on-demand platform, and links TV channels with major content distributors. RTL Televizija, FremantleMedia and Alpha TV all began to use the service during 2009. BCE overhauled the on-air design of RTL Télé Lëtzebuerg, and created a promotional film for Luxembourg's presence on World Expo 2010 in Shanghai. The company installed a multi-channel broadcasting infrastructure for Viasat, including a full disaster recovery platform, and a digitisation infrastructure for the European Parliament. BCE upgraded RTL Televizija's newsroom system and RTL Nederland's broadcasting infrastructure for the launch of the digital channel RTL Lounge and the high-definition playout of RTL 7 and RTL 8. The company also launched the broadcasting of two additional channels for Nova TV in Bulgaria, extended its digitisation services to RTL Radio and TF6 in France and to the video archives of the European Parliament.



"RTL Lëtzebuerg has become a truly integrated media company, bringing the RTL brand on all platforms – TV, radio, internet and mobile services."

Alain Berwick,
CEO, RTL Radio and Télé Lëtzebuerg

RTL Lëtzebuerg**Daily reach**

Source: TNS-ILRes Plurimedia 2009. Target: Luxembourgers 12+.

2009 (%)

RTL Radio Lëtz.	59.2
RTL Télé Lëtz.*	45.4
RTL.lu	12.4
RTL Lëtzebuerg	76.5

*Including Den 2. RTL

"In 2009, our radio stations stepped up their diversification efforts with high-profile live events, online activities and mobile apps, all helping to connect listeners to our strong brands."

Gert Zimmer,
CEO, RTL Radio Deutschland



RTL Radio Deutschland

In another challenging year for the German radio market, with decreasing advertising revenue for the second consecutive year, **RTL Radio Deutschland** – RTL Group's German radio holding company – achieved an EBITA of €6 million (2008: €8 million).

In the highly competitive Berlin/Brandenburg radio market, 104.6 RTL became again the number one station in its key target group of listeners aged 14 to 49, increasing its audience share significantly to 15.1 per cent (2008: 12.8 per cent). Hit-Radio Antenne Niedersachsen reported growing audience share for the fifth consecutive audience survey, up significantly to 15.7 per cent (2008: 13.4 per cent). Antenne Bayern remained one of the most listened-to radio stations in Germany, with an average audience of over one million listeners per hour.

RTL Radio Deutschland sold its 25.44 per cent stake in Antenne MV in 2009. At the end of the year, RTL Group's German radio portfolio comprised investments in 19 stations, most of which are minority holdings because of constraints on media ownership in Germany. All portfolio stations reach a total of 27.2 million listeners per day and have a combined average audience of almost five million listeners per hour.

UFA Sports

Following its re-establishment in 2008, sports marketing agency **UFA Sports** closed several important deals in 2009. In May, the agency signed a ten-year marketing partnership with historic football club, FC St Pauli. UFA Sports will support the Hamburg second-league club with marketing, media, advertising and hospitality, and will provide comprehensive consulting on matters of stadium planning and financing. In June, the German Football Association (DFB) granted the national TV and media rights for international matches played by Germany's junior national football teams to UFA Sports for the next two years, and in October, the company signed an extensive marketing agreement with the Slovak Football Association (SFA) and the country's top football league.

Turning to the Group's at-equity participations in Spain and Russia.

Grupo Antena 3

Across RTL Group's European markets, the Spanish net TV advertising market was hit hardest by the economic downturn in 2009, falling by an estimated 23.2 per cent. **Grupo Antena 3** managed to outperform the market with the company's TV ad revenues declining by 15.5 per cent. As a result, its net share of the TV advertising market increased to 26.0 per cent (2008: 23.2 per cent). Following a new media law, the public channels have stopped airing advertisements since 1 January 2010.

On a 100 per cent basis, consolidated revenue of Grupo Antena 3 fell 15.5 per cent to €704 million (2008: €833 million), while operating profit (EBITDA) declined to €81 million (2008: €164 million) and net profit dropped to €61 million (2008: €91 million). Grupo Antena 3's operating expenses decreased by 7 per cent in 2009. The profit share of RTL Group was €13 million (2008: €19 million).

In 2009, the main channel, Antena 3, has become the market leader in the commercial target group of viewers aged 16 to 54 years, achieving an audience share of 15.4 per cent (2008: 16.8 per cent), as the audience share of the main commercial competitor, Telecinco, dropped 3.9 percentage points to 15.3 per cent. Antena 3 aired the country's most-watched programme in 2009 – the broadcast of the Champions League final between FC Barcelona and Manchester United. An average 11.3 million viewers tuned in, for a 61.7 per cent total audience share.

Antena Neox and Antena Nova consolidated their leading position among the digital channels in Spain. In households that receive only digital TV, Antena Neox and Antena Nova's total audience shares are 3.1 per cent and 1.8 per cent respectively.

Grupo Antena 3's family of channels was also in the lead with a combined audience share of 17.6 per cent (2008: 17.9 per cent) in the commercial target group, ahead of the Telecinco (16.7 per cent) and Grupo Sogecable (11.3 per cent) families.

The two radio stations of Grupo Antena 3 – Onda Cero (general interest) and Europa FM (hit music) – continued to improve their audience performance in 2009. In the most recent ratings survey, Onda Cero is Spain's number two radio station with more than 2 million listeners.

RTL Group's shareholding in Grupo Antena 3 slightly increased to 21.6 per cent in 2009.

Antena 3

TV audience share

Source: TNS Sofres. Target: 16-54.

2005-2009 (%)

09		15.4
08		16.8
07		17.8
06		20.4
05		22.6

National audience breakdown

Source: TNS Sofres. Target: 16-54.

2009 (%)



Antena 3	15.4
Telecinco	15.3
TVE (TVE 1 + La 2)	16.8
Forta	10.0
Cuatro	10.7
La Sexta	8.7
Others	23.1

Ren TV

In Russia, RTL Group holds a 30 per cent stake in Ren TV. After years of double-digit growth, the Russian TV advertising market declined significantly in 2009, by an estimated 21.0 per cent in local currency. Ren TV finished the year with an estimated TV advertising market share of 4.7 per cent (2008: 5.3 per cent). The channel has reacted to the economic downturn with a comprehensive cost-cutting programme. In 2009, operating expenses, in local currency, were down 18 per cent year-on-year. RTL Group's share of the results was € nil million (2008: €4 million), reflecting the significant advertising revenue shortfall.

The channel's main target demographic are viewers aged 30 to 45, mainly men, so most prime time formats cater to them, including Ren TV's original series *Soldaty*, the court show *Chas suda* (Court Time), the weekly programme *Voennaya tayna* (War Secret) and comedy shows and concerts with Mikhail Zadornov. Ren TV is also a generalist channel with a broad offering that includes the Russian adaptation of the international hit format *Come Dine With Me*. The channel also strongly promotes its award-winning news and information programmes, which clearly differentiate Ren TV from its main competitors STS and TNT. These shows include documentaries, the daily news programme, 24, and the analytical programme, *Nedelya s Mariannoy Maksimovskoy* (This Week With Marianna Maksimovskaya), which is famous for its independent views. Ren TV is widely considered a major nationwide TV network in Russia with an independent editorial policy.

The channel's audience share among viewers aged 18 to 54 increased to 5.8 per cent in 2009 (2008: 5.4 per cent).

Ren TV

TV audience share

Source: TNS Gallup Media. Target: 18-54.

2005-2009 (%)

09		5.8
08		5.4
07		5.2
06		4.7
05		5.8

National audience breakdown

Source: TNS Gallup Media. Target: 18-54.

2009 (%)



Ren TV	5.8
Channel 1	17.3
Russia	13.7
NTV	13.8
STS	9.5
TNT	8.7
Others	31.2

Main portfolio changes

On 20 February 2009, the Group acquired 75 per cent of Original FMM LLC, a Burbank-based company producing factual entertainment programmes that appeal to both US and international broadcasters. RTL Group granted a put option on the remaining 25 per cent to the management based on a variable component. The fair value of the put option has been recognised as a liability.

At the extraordinary shareholders' meeting held on 20 March 2009, the shareholders of M-RTL Zrt ("M-RTL") granted their consent and approval to transfers of shares, in particular to the transfer by Pearson Netherlands BV ("PNBV") of its 20 per cent stake in M-RTL to KOS Beteiligungs- und Verwaltungsgesellschaft mbH ("KOS"). As a result, the disagreements among the shareholders, which led to the arbitration proceedings between PNBV, IKO-Telekom Média Holding Rtt (n/k/a IKO Média Holding Zrt) and M-RTL in December 2006, were settled. Following the transfer of the 20 per cent stake by PNBV to KOS, the economic and voting ownerships in M-RTL was as follows: RTL Group (49 per cent), IKO-Telekom Média Holding Zrt (31 per cent), and KOS (20 per cent).

As a result of the arrangements among the shareholders entered into on 20 March 2009, RTL Group has the ability in practice to control M-RTL without the acquisition of additional shares, and fully consolidates M-RTL since 1 April 2009. Until such date, M-RTL was accounted for using the equity method.

On 26 June 2009, RTL Group acquired from KOS non-voting shares in M-RTL representing an economic interest of 18 per cent for an amount of €41 million. As a result, RTL Group now owns an economic interest of 67 per cent and voting rights of 49 per cent in M-RTL. This acquisition in a fully consolidated entity has been accounted for as an equity transaction and therefore no adjustment was recorded to goodwill.

Share of results of associates

	Year to December 2009 €m	Year to December 2008 €m	Per cent change
EBITA contribution			
- Antena 3	13	19	(31.6)
- RTL II	9	12	(25.0)
- Ren TV	-	4	n.a.
- RTL Klub (in 2009 from 1 January to 31 March)	(2)	10	n.a.
Others	5	(11)	n.a.
Total	25	34	(26.5)

The total contribution of the associated companies decreased to €25 million (2008: €34 million). The main reasons for this decline were the weaker results

at Antena 3 and the change in consolidation method (from equity to full consolidation) for RTL Klub as of 1 April 2009.

Interest income/(expense) and financial results other than interest

Net interest expense amounted to €12 million (2008: income of €21 million). The reduction is primarily due to the lower interest income received on the Group's cash position due to weaker interest rates throughout 2009.

The financial results other than interest include impairments on financial assets as well as fair value adjustments on embedded derivatives and put options.

Amortisation and impairment of fair value adjustments on acquisitions of subsidiaries, joint ventures and associates

This heading includes the costs related to the amortisation of fair value adjustments on the acquisitions of Five, M6, Radio 538 and Alpha Media Group. The majority of the expense relates to M6 and Five.

Intangible assets identified at fair value upon gain of control of Five Group and Alpha Media Group have been impaired for an amount of €18 million (€14 million and €4 million, respectively).

Impairment of goodwill and of disposal group

An impairment of goodwill and of disposal group was recorded amounting to €211 million. This impairment mainly affects the carrying value of the Group's UK and Greek television activities, and an associate company, and is mainly due to the worse than expected downturn in advertising markets.

In the United Kingdom, in addition to the impairment of fair value adjustment (€14 million), an impairment loss amounting to €140 million has been recognised against the carrying value of the Five Group's assets. This reflects the worsening of both the advertising market and Five's share of the market. During the first half of 2009, the "fair value less costs to sell" approach was retained using a discount rate of 8.4 per cent (December 2008: 9.2 per cent). Based on the above and on the basis of revised cash flow projections, the impairment loss has been fully allocated to goodwill, which has been reduced to nil.

In Greece, in addition to the impairment of fair value adjustment (€4 million), an impairment loss amounting to €66 million has been recognised against the carrying value of Alpha Group's assets. A much weaker Greek advertising market, when compared to the original business plan, has resulted in a significant underperformance, despite a cost reduction plan, including a first voluntary leave programme. During the first half of 2009, the "fair value less costs to sell" approach was retained, by factoring the costs

and the benefits of the contemplated restructuring programme and using a discount rate of 9.5 per cent.

Loss from sale of subsidiaries, joint ventures and other investments

No net gain/(loss) from sale of subsidiaries, joint ventures and other investments was recognised in 2009 (2008: net loss of €9 million which mainly resulted from the disposal of RTL Shop).

Income tax expense

In 2009, the tax expense was €220 million (2008: expense of €232 million).

Following the PLP agreement (see heading 'Related party transactions'), which was approved by the Board on 26 June 2008 a commission income of €45 million, representing 50 per cent of the tax benefit generated at the level of Bertelsmann AG, has been recorded in tax for the year (2008: €61 million).

A detailed re-assessment of the underlying conditions supporting all the deferred tax assets within the Group has been completed. Following this review a full reversal, amounting to €40 million, has been recorded against the deferred tax assets initially recorded in 2007 in Luxembourg.

Profit for the year attributable to RTL Group shareholders

The profit for the year attributable to RTL Group shareholders was €205 million (2008: €194 million).

Earnings per share

Reported earnings per share, based upon 153,618,853 shares, was €1.33 (2008: €1.26 per share). The adjusted earnings per share, taking into account the amortisation of fair value adjustments on acquisitions and impairment of goodwill, gain or loss from sale of subsidiaries, joint ventures and other investments, net of income tax expense and one-off tax effects, decreased by 26.4 per cent to €2.85 (2008: €3.87) per share.

Own shares

RTL Group has an issued share capital of €191,900,551 divided into 154,787,554 fully paid up shares with no defined nominal value.

RTL Group directly and indirectly holds 0.76 per cent (2008: 0.76 per cent) of RTL Group's shares.

Net cash position

The consolidated net cash position at 31 December 2009 was €789 million (31 December 2008: €876 million). The Group continues to generate significant operating cash flow with an EBITA cash conversion of 106 per cent (2008: 114 per cent).

	As at 31 December 2009 €m	As at 31 December 2008 €m
Gross balance sheet debt	(156)	(111)
Less: loans receivable ¹⁴	2	2
Gross financial debt	(154)	(109)
Add: cash	395	383
Add: marketable securities and other short-term investments	6	–
Add: cash deposit	542	602
Net cash position	789	876 ¹⁵

¹⁴ The loans receivable relate to TCM (via Groupe M6)

¹⁵ Of which €83 million held by Groupe M6 (2008: €36 million)

Related party transactions

Financing

As at 31 December 2009 RTL Group had various deposits (overnight and up to three months) amounting to €539 million (2008: €602 million) with Bertelsmann AG. These deposits bear an interest rate of either EONIA or EURIBOR plus 10 basis points depending on the duration of the deposit. The overnight deposit has subsequently been rolled over. The total interest income on these deposits for the period ending 31 December 2009 amounted to €7 million (2008: €23 million). As at 31 December 2009 the Group had a €3 million deposit with Bertelsmann Inc.

Bertelsmann AG granted to RTL Group pledges on all shares of its wholly owned French subsidiary Media Communication SAS and of its wholly owned Spanish subsidiary Media Finance Holding SL as security for all payments due by Bertelsmann AG.

In October 2008, Bertelsmann AG granted to RTL Group a further pledge covering all the shares of its 73.4 per cent owned German subsidiary Gruner + Jahr AG & Co. KG as security for all payments due by Bertelsmann AG.

In November 2008, Bertelsmann AG granted to RTL Group a further pledge covering all the shares of its wholly owned UK subsidiary Bertelsmann UK Limited as security for all payments due by Bertelsmann AG.

The total amount of the deposit does not exceed 60 per cent of the fair value of the pledged assets, which are revalued on a regular basis.

Tax

On 26 June 2008, the Board of Directors of RTL Group agreed to proceed with the tax pooling of its indirect subsidiary RTL Group Deutschland GmbH ("RGD") into Bertelsmann Capital Holding GmbH ("BCH"), a direct subsidiary of Bertelsmann AG.

To that effect, RTL Group, through RGD, entered into a Profit and Loss Pooling Agreement ("PLP Agreement") with BCH for a six-year period starting

1 January 2008. Simultaneously, Bertelsmann AG entered into a Compensation Agreement ("Compensation Agreement") with CLT-UFA, a direct subsidiary of RTL Group, providing for the payment to CLT-UFA of an amount compensating the above profit transfer and an additional commission ("Commission") amounting to 50 per cent of the tax saving based upon the taxable profit of RGD.

Through these agreements, as from 1 January 2008, Bertelsmann AG and the RGD sub-group of RTL Group are treated as a single entity for German income tax purposes.

As the PLP Agreement does not give any authority to BCH to instruct or control RGD, it affects neither RTL Group nor RGD's ability to manage their business, including their responsibility to optimise their tax structures as they deem fit. After six years, both PLP and Compensation Agreements are renewable on a yearly basis. RGD and CLT-UFA have the right to request the early termination of the PLP and Compensation Agreements under certain conditions.

In the absence of specific guidance in IFRS, RTL Group has elected to recognise current income taxes related to the RGD sub-group based on the amounts payable to Bertelsmann AG and BCH as a result of the PLP and Compensation agreements described above. Deferred income taxes continue to be recognised, based upon the enacted tax rate, in the consolidated financial statements based on the amounts expected to be utilised by the Group in the future. The Commission, being economically and contractually closely related to the Compensation, is accounted for as a reduction of the tax due under the Agreements.

These agreements increase the Group's net profit. As at 31 December 2009, the balance payable to BCH amounts to €368 million (2008: €298 million) and the balance receivable from Bertelsmann AG amounts to €323 million (2008: €237 million).

The Commission received by CLT-UFA, a direct subsidiary of RTL Group, in 2009 amounts to €45 million (2008: €61 million).

The UK Group relief of the Five Group and FremantleMedia Group to Bertelsmann Group resulted in a tax income for RTL Group of €9 million (2008: €7 million).

Share option plan

On 25 July 2000, RTL Group launched a share option plan for certain directors, senior management and employees of the Group. Under the terms of the plan, the option price reflects the market value of the shares on the date that they are granted. The market value is defined as the average stock price on the Brussels exchange for the 20 working days preceding the grant, or as otherwise decided by the Board of

Directors. The options vest in equal tranches on the second, third and fourth anniversary of the date of grant, and lapse after 10 years. The total number of options granted and accepted by the beneficiaries at the end of 2009 was 124,800 (2008: 129,550).

Significant litigations

RTL Group has been made a party to litigation between several of its minority shareholders on the one hand and Bertelsmann and GBL on the other hand in relation to the acquisition by Bertelsmann of the RTL Group shares previously owned by GBL. On 8 July 2003, the Luxembourg Civil Court rejected the claim of the minority shareholders. The judgement was appealed.

In September 2002, the minority shareholders filed a lawsuit against RTL Group, its Directors, Bertelsmann, BWTV and WAZ with regard to the free float. They were seeking a Court decision obliging RTL Group to increase the free float and prohibiting other defendants to make additional purchases of RTL Group shares.

The minority shareholders also dispute the decision by RTL Group to de-list its shares from the London Stock Exchange. On 31 December 2002, the Court of Appeal of Luxembourg, sitting in summary proceeding, confirmed the Court decision pronounced in summary proceeding on 25 October 2002 that held the claim inadmissible. The de-listing of RTL Group's shares from the London Stock Exchange took effect from 31 December 2002. As a consequence of the de-listing, the minority shareholders requested the Luxembourg Civil Court to order the re-listing of the shares on the London Stock Exchange. On 30 March 2004 the Court decided to join both claims (free float and de-listing) and dismissed the claims of the minority shareholders. The judgement was appealed.

On 12 July 2006, the Court of Appeal of Luxembourg decided to join the claims (swap, free-float and de-listing) and confirmed the judgements of the court of first instance. The minority shareholders lodged to the Luxembourg Supreme Court ("Cour de Cassation") a final appeal against this judgement, restricted to a limited set of legal issues not involving RTL Group but linked to the acquisition by Bertelsmann of RTL Group shares previously owned by GBL.

On 21 February 2008, the Luxembourg Supreme Court decided to refer the matter to the European Court of Justice (ECJ) for a preliminary ruling procedure.

In its ruling of 16 October 2009, the European Court of Justice decided that according to European law there does not exist a general principle of law under which minority shareholders are protected by an obligation on the dominant shareholder, when

acquiring or exercising control of a company, to offer to buy their shares under the same conditions as those agreed when a shareholding conferring or strengthening the control of the dominant shareholder was acquired.

The matter has now been referred back to the Luxembourg Supreme Court. The latter is bound by the decision of the European Court of Justice. A final decision of the Supreme Court is expected before the second half of 2010.

RTL Group believes that whatever the outcome of that litigation it should not have any direct impact on the Group, because it has not been a party to the original transaction (swap) and its involvement is limited to solely entering any transfer of shares into the shareholders register.

In the autumn of 2007, the Dutch Public Prosecutor initiated criminal proceedings against, among others, RTL Nederland, claiming that these companies violated, in 2006 and 2007, the Act on Games of Chance by providing the opportunity to participate in dial-in games without the necessary permit and by promoting the participation in such games, both in violation of the conditions set in the Code of Conduct on Promotional Games of Chance. The Public Prosecutor announced that he would initiate criminal proceedings and forfeiture proceedings. In these proceedings he could claim criminal fines and forfeiture of all allegedly illegal gains received from dial-in games. On 2 November 2009, RTL Nederland and the Public Prosecutor signed a settlement agreement. The criminal proceeding and claims for repayment of illegally obtained profits were dropped against a payment of €9,080,000 by RTL Nederland.

RTL Group and some of its Dutch affiliates are involved in an arbitration on financial claims filed by Talpa Media Nederland BV and Talpa Holding NV with the Netherlands Arbitration Institute in connection with the combination of the businesses of Talpa and RTL in the Netherlands in 2007. RTL Group does not believe in the merits of Talpa's claims. A final arbitral award is expected in the course of 2011.

RTL Group's Board of Directors is not aware of any other significant litigation.

Principal risks and uncertainties

Principal risks and uncertainties are disclosed either in note 3. to the consolidated financial statements for the financial risks (pages 121 to 126) and in the section "Corporate Governance" for the external and market risks (pages 64 to 65).

Profit appropriation (RTL Group SA)¹⁶

The statutory accounts of RTL Group SA show a loss for the financial year 2009 of €42,642,454 (2008:

profit of €113,064,016). Taking into account the profit brought forward as at 31 December 2009 of €524,740,602, the share premium (€5,782,185,577) and the loss for the year (€42,642,454), the amount available for distribution is €6,264,283,725. The Board of Directors recommends to the General Meeting of Shareholders on 21 April 2010 the distribution of a gross final dividend per share of €3.50 (2008: €3.50 per share, including an extraordinary dividend of €2.10 per share).

If the General Meeting of Shareholders accepts this proposal, RTL Group will distribute for the financial year 2009 a total dividend of €541 million.

Outlook

Although the revenue decline has slowed considerably since autumn 2009, RTL Group does not expect a quick recovery of advertising revenues to previous levels. While the Group remains cautious, it will also continue to invest in promising business opportunities, based on its strong brands and content. These include on-demand services, as non-linear TV viewing grows rapidly, digital pay channels, to establish a second revenue stream, content production and the company's broad range of diversification businesses.

10 March 2010

The Board of Directors

¹⁶ Amounts in € except where stated

Management Responsibility Statement

We, Gerhard Zeiler, Chief Executive Officer, and Elmar Heggen, Chief Financial Officer, confirm, to the best of our knowledge, that the consolidated financial statements which have been prepared in accordance with the International Financial Reporting Standards as adopted by the European Union, give a true and fair view of the assets, liabilities, financial position and profit or loss of RTL Group and the undertakings included in the consolidation taken as a whole, and that the Directors' report includes a fair review of the development and performance of the business and the position of RTL Group and the undertakings included in the consolidation taken as a whole, together with a description of the principal risks and uncertainties that they face.

Luxembourg, 10 March 2010



Gerhard Zeiler
Chief Executive Officer



Elmar Heggen
Chief Financial Officer

CONSOLIDATED INCOME STATEMENT

for the year ended 31 December 2009

	Notes	2009 €m	2008 €m
Revenue	4, 6, 1	5,410	5,774
Other operating income		45	37
Consumption of current programme rights		(1,842)	(2,095)
Depreciation, amortisation and impairment		(191)	(161)
Other operating expenses	6, 2	(2,693)	(2,685)
Impairment of goodwill and of disposal group and amortisation of fair value adjustments on acquisitions of subsidiaries and joint ventures	7, 2, 7, 10	(246)	(395)
Gain/(loss) from sale of subsidiaries, joint ventures and other investments	6, 3	-	(9)
Profit from operating activities		483	466
Share of results of associates	7, 4	25	34
Earnings before interest and taxes ("EBIT")		508	500
Interest income	6, 4	20	63
Interest expense	6, 4	(32)	(42)
Financial results other than interest	6, 5	22	7
Profit before taxes		518	528
Income tax expense	6, 6	(220)	(232)
Profit for the year		298	296
Attributable to:			
RTL Group shareholders		205	194
Minority interest		93	102
Profit for the year		298	296
EBITA*		755	916
Impairment of goodwill of subsidiaries and joint ventures and of disposal group	7, 2, 7, 10	(210)	(364)
Impairment of goodwill of associates	7, 4	(1)	(12)
Amortisation and impairment of fair value adjustments on acquisitions of subsidiaries and joint ventures		(36)	(31)
Gain/(loss) from sale of subsidiaries, joint ventures and other investments	6, 3	-	(9)
Earnings before interest and taxes ("EBIT")		508	500
Earnings per share (in €)			
- Basic	6, 7	1.33	1.26
- Diluted	6, 7	1.33	1.26

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

* EBITA represents earnings before interest and taxes excluding impairment of goodwill and of disposal group, and amortisation and impairment of fair value adjustments on acquisitions and gain or loss from sale of subsidiaries, joint ventures and other investments

CONSOLIDATED STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME

for the year ended 31 December 2009

	Notes	2009 €m	2008 €m
Profit for the year		298	296
Other comprehensive income			
Foreign currency translation differences		(7)	(61)
Effective portion of changes in fair value of cash flow hedges		(16)	47
Income tax	7.1 6.	7	(9)
		(9)	38
Change in fair value of cash flow hedges transferred to profit or loss		1	28
Income tax	7.1 6.	(1)	(6)
		-	(22)
Fair value gains/(losses) on available-for-sale financial assets	7.1 15. 5.	15	(6)
Income tax	7.1 6.	-	-
		15	(6)
Defined benefit plan actuarial gains/(losses)	7.1 14.	(7)	4
Income tax	7.1 6.	2	(1)
		(5)	3
Share of other comprehensive income of associates		(8)	(5)
Other comprehensive income for the year, net of income tax		(14)	(9)
Total comprehensive income for the year		284	287
Attributable to:			
RTL Group shareholders		194	184
Minority interest		90	103
Total comprehensive income for the year		284	287

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

as at 31 December 2009

	Notes	2009 €m	2008* €m
Non-current assets			
Programme rights	7.1	110	109
Goodwill	7.1, 7.2	2,661	2,825
Other intangible assets	7.1	308	319
Property, plant and equipment	7.3	364	347
Investments in associates	7.4	416	442
Loans and other financial assets	7.5	265	589
Deferred tax assets	7.6	465	513
		4,589	5,144
Current assets			
Programme rights	7.7	1,147	1,137
Other inventories		34	32
Income tax receivable		42	105
Accounts receivable and other financial assets	7.8	2,486	2,154
Cash and cash equivalents	7.9	395	383
Assets classified as held for sale	7.10	23	-
		4,127	3,811
Current liabilities			
Loans and bank overdrafts	7.11	75	18
Income tax payable		152	229
Accounts payable	7.12	2,164	2,108
Provisions	7.13	183	135
Liabilities directly associated with non-current assets classified as held for sale	7.10	10	-
		2,584	2,490
Net current assets		1,543	1,321
Non-current liabilities			
Loans	7.11	81	93
Accounts payable	7.12	332	294
Provisions	7.13	131	121
Deferred tax liabilities	7.6	58	86
		602	594
Net assets		5,530	5,871
Equity attributable to RTL Group shareholders		4,895	5,277
Equity attributable to minority interest		635	594
Equity	7.15	5,530	5,871

* Re-presented (see note 1.2.1.)

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

CONSOLIDATED STATEMENT OF CHANGES IN EQUITY

Notes	Share capital €m	Share premium €m	Treasury shares €m	Currency translation reserve €m	Hedging reserve €m	Revaluation reserve €m	Retained earnings €m	Equity attributable to RTL Group shareholders €m	Equity attributable to minority interest €m	Total equity €m
Balance at 1 January 2008	192	6,454	(44)	(122)	(50)	85	(639)	5,876	572	6,448
Total comprehensive income:										
Profit for the year	-	-	-	-	-	-	194	194	102	296
Foreign currency translation differences 7. 15. 3.	-	-	-	(62)	-	-	-	(62)	1	(61)
Effective portion of changes in fair value of cash flow hedges, net of tax 7. 15. 4.	-	-	-	-	38	-	-	38	-	38
Change in fair value of cash flow hedges transferred to profit or loss, net of tax 7. 15. 4.	-	-	-	-	22	-	-	22	-	22
Fair value losses on available-for-sale financial assets, net of tax 7. 15. 5.	-	-	-	-	-	(6)	-	(6)	-	(6)
Defined benefit plan actuarial gains, net of tax	-	-	-	-	-	-	3	3	-	3
Share of other comprehensive income of associates	-	-	-	(6)	1	-	-	(5)	-	(5)
	-	-	-	(68)	61	(6)	197	184	103	287
Capital transactions with owners:										
Dividends 7. 15. 6.	-	-	-	-	-	-	(767)	(767)	(88)	(855)
Equity-settled transactions net of tax 7. 15. 7.	-	-	-	-	-	-	3	3	4	7
Transactions on minority interest 7. 15. 8.	-	-	-	-	-	-	(18)	(18)	(1)	(19)
Derivatives on equity instruments 7. 15. 9.	-	-	-	-	-	-	3	3	4	7
Transactions on treasury shares of associates	-	-	-	-	-	-	(4)	(4)	-	(4)
	-	-	-	-	-	-	(783)	(783)	(81)	(864)
Balance at 31 December 2008*	192	6,454	(44)	(190)	11	79	(1,225)	5,277	594	5,871
Total comprehensive income:										
Profit for the year	-	-	-	-	-	-	205	205	93	298
Foreign currency translation differences 7. 15. 3.	-	-	-	(5)	-	-	-	(5)	(2)	(7)
Effective portion of changes in fair value of cash flow hedges, net of tax 7. 15. 4.	-	-	-	-	(8)	-	-	(8)	(1)	(9)
Fair value gains on available-for-sale financial assets, net of tax 7. 15. 5.	-	-	-	-	-	15	-	15	-	15
Defined benefit plan actuarial losses, net of tax	-	-	-	-	-	-	(4)	(4)	(1)	(5)
Share of other comprehensive income of associates	-	-	-	(10)	1	-	-	(9)	1	(8)
	-	-	-	(15)	(7)	15	201	194	90	284
Capital transactions with owners:										
Dividends 7. 15. 6.	-	-	-	-	-	-	(538)	(538)	(81)	(619)
Equity-settled transactions net of tax 7. 15. 7.	-	-	-	-	-	-	2	2	3	5
Gain of control of M-RTL 5. 2.	-	-	-	-	-	3	-	3	26	29
Transactions on minority interest 7. 15. 8.	-	-	-	-	-	-	(43)	(43)	1	(42)
Derivatives on equity instruments 7. 15. 9.	-	-	-	-	-	-	1	1	2	3
Transactions on treasury shares of associates	-	-	-	-	-	-	(1)	(1)	-	(1)
	-	-	-	-	-	3	(579)	(576)	(49)	(625)
Balance at 31 December 2009	192	6,454	(44)	(205)	4	97	(1,603)	4,895	635	5,530

* Re-presented (see note 1.2.1.)

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

CONSOLIDATED CASH FLOW STATEMENT

for the year ended 31 December 2009

	Notes	2009 €m	2008 €m
Cash flows from operating activities			
Profit before taxes		518	528
Adjustments for:			
- Depreciation and amortisation		196	164
- Value adjustments, impairment and provisions		435	532
- Equity-settled share-based payments expenses		5	7
- Loss/(gain) on disposal of assets		(8)	1
- Financial results including net interest expense and share of results of associates		(16)	59
Use of provisions	7, 13	(76)	(52)
Working capital changes		(67)	(39)
Income taxes paid		(224)	(135)
Net cash from operating activities		763	1,065
Cash flows from investing activities			
Acquisitions of:			
- Programme rights		(78)	(71)
- Subsidiaries and joint ventures net of cash acquired	5, 4	(14)	(151)
- Other intangible and tangible assets		(130)	(109)
- Other investments and financial assets		(28)	(102)
		(250)	(433)
Proceeds from the sale of intangible and tangible assets		19	22
Disposal of:	5, 6		
- RTL Shop, net of cash disposed of		(2)	(11)
- Other subsidiaries and joint ventures net of cash disposed of		2	6
Proceeds from the sale of associates, other investments and financial assets		56	17
Current deposit with shareholder	7, 8, 9, 1	60	22
Interest received		18	63
		153	119
Net cash used in investing activities		(97)	(314)
Cash flows from financing activities			
Interest paid		(29)	(29)
Transaction with minority interest	5, 4	(42)	4
Proceeds from loans		109	4
Repayment of loans		(64)	(9)
Net change in bank overdraft		(1)	-
Dividends paid		(631)	(856)
Net cash used in financing activities		(658)	(886)
Net increase/(decrease) in cash and cash equivalents		8	(135)
Cash and cash equivalents at beginning of year		383	535
Effect of exchange rate fluctuation on cash held		4	(17)
Cash and cash equivalents at end of year		395	383

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

NOTES

TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

1 SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

RTL Group SA (the "Company") is a company domiciled in Luxembourg. The consolidated financial statements of the Company for the year ended 31 December 2009 comprise the Company and its subsidiaries (together referred to as "the Group") and the Group's interest in associates and jointly controlled entities. RTL Group SA is the parent company of a multinational television, radio and production group, holding, directly or indirectly, investments in 615 companies. The Group operates television channels and radio stations in Europe and produces television content such as game shows and soaps. The list of the principal Group undertakings at 31 December 2009 is set out in note 12.

The Company is listed on the Brussels and Luxembourg Stock Exchanges. Statutory accounts can be obtained at its registered office.

The ultimate parent company of RTL Group SA preparing consolidated financial statements, Bertelsmann AG, includes in its consolidated financial statements those of RTL Group SA. Bertelsmann AG is a company incorporated under German law whose registered office is established at Carl-Bertelsmann-Strasse 270, D-33311 Gütersloh, Germany. Consolidated financial statements for Bertelsmann AG can be obtained at their registered office.

The consolidated financial statements of the Group were authorised for issue by the Board of Directors on 10 March 2010.

1.1

Statement of compliance

The consolidated financial statements have been prepared in accordance with International Financial Reporting Standards (IFRS) as adopted by the European Union.

1.2

Basis of preparation

1.2.1

Consolidated financial statements

The consolidated financial statements are presented in millions of Euro, which is the Company's functional and presentation currency, and have been prepared under the historical cost convention except for the following material items in the statement of financial position:

- Derivative financial instruments are measured at fair value;
- Financial instruments at fair value through profit or loss are measured at fair value;
- Available-for-sale financial assets are measured at fair value;
- Liabilities for cash-settled share-based payment arrangements are measured at fair value;
- The defined benefit asset is recognised as the net total of the plan assets, plus unrecognised past service cost and unrecognised actuarial losses, less unrecognised actuarial gains and the present value of the defined benefit obligation.

The preparation of financial statements in conformity with IFRS as adopted by the European Union requires management to make judgements, estimates and assumptions that affect the application of policies and reported amounts of assets and liabilities, income and expenses. The estimates and associated assumptions are based on historical experience and various other factors that are believed to be reasonable under the circumstances, the results of which form the basis of making the judgements about carrying values of assets and liabilities that are not readily apparent from other sources. Actual results may differ from these estimates.

The estimates and underlying assumptions are reviewed on an ongoing basis. Revisions to accounting estimates are recognised in the period in which the estimate is revised if the revision affects only that period, or in the period of the revision and future periods if the revision affects both current and future periods.

Judgements made by management in the application of IFRS that have a significant effect on the financial statements and estimates with a significant risk of material adjustment in the next years are discussed in note 2.

Comparative information in the income statement has been re-presented to conform with the current year's presentation.

Following the completion of the purchase price allocation in the current year, comparative information in the statement of financial position and statement of changes in equity has been re-presented for intangible assets and deferred tax (see note 5.2.).

1.2.2.**Changes in accounting policy and disclosures**

The accounting policies have been consistently applied by Group entities and are consistent with those used in the previous year, except as follows:

(A) New and amended standards adopted by the Group

The Group has adopted the following new and amended IFRSs as of 1 January 2009, which have affected the presentation of the consolidated financial statements:

- IAS 1 (revised), "Presentation of financial statements" – effective 1 January 2009. The new presentation required (i.e. changes in terminology, format and content) by IAS 1 (revised) has been applied in these consolidated financial statements. As the change in accounting policy only impacts presentation aspects, there is no impact on earnings per share;
- IFRS 7 (amendment), "Financial instruments – Disclosures" – effective 1 January 2009. The amendment requires enhanced disclosures about fair value measurement and liquidity risk. In particular, the amendment requires disclosure of fair value measurements by level of a fair value measurement hierarchy. As the change in accounting policy only results in additional disclosures, there is no impact on earnings per share;
- IFRS 8, "Operating segments". IFRS 8 replaces IAS 14, "Segment reporting". It requires a "management approach" under which segment information is presented on the same basis as that used for the internal reporting purposes and provided to the Executive Committee, which is considered as the chief operating decision-maker. This has resulted in an increase in the number of reportable segments presented. Comparative segment information has been re-presented in conformity with the transitional requirements of IFRS 8. Since the change in accounting policy only impacts presentation and disclosure aspects, there is no impact on earnings per share.

The following new standards, amendments to standards and interpretations are mandatory for the first time for the financial year beginning 1 January 2009, but are not currently relevant or have a very limited impact for the Group:

- IAS 23 (amendment), "Borrowing costs";
- IAS 32 (amendment), "Financial instruments: Presentation";
- IAS 39 (amendment), "Financial instruments: Recognition and measurement";
- IFRIC 13, "Customer loyalty programmes";
- IFRIC 15, "Agreements for the construction of real estate";
- IFRIC 16, "Hedges of a net investment in a foreign operation";

- IFRS 2 (amendment), "Share-based payment"; and
- Slight amendments to various standards as part of the annual improvement project published in May 2008.

(B) Standards, amendments and interpretations to existing standards that are not yet effective and have not been early adopted by the Group

The following standards and amendments to existing standards have been published and are mandatory for the Group's accounting periods beginning on or after 1 January 2010 or later periods, but the Group has not early adopted them:

- IAS 27 (revised), "Consolidated and separate financial statements" – effective for annual reporting periods beginning on or after 1 July 2009. The revised standard requires the effects of all transactions with non-controlling interests to be recorded in equity if there is no change in control and these transactions will no longer result in goodwill or gains and losses. This is already the accounting policy elected by RTL Group. The standard also specifies the accounting when control is lost. Any remaining interest in the entity is re-measured to fair value, and a gain or loss is recognised in the income statement. The Group will apply IAS 27 (revised) prospectively to transactions with non-controlling interests from 1 January 2010;
- IFRS 3 (revised), "Business combinations" – effective for annual reporting periods beginning on or after 1 July 2009. The revised standard continues to apply the acquisition method to business combinations, with some significant changes. For example, all payments to purchase a business are to be recorded at fair value at the acquisition date, with contingent payments classified as debt subsequently re-measured through the income statement. There is a choice on an acquisition-by-acquisition basis to measure the non-controlling interest in the acquiree either at fair value or at the non-controlling interest's proportionate share of the acquiree's net assets. All acquisition-related costs should be expensed. The Group will apply IFRS 3 (revised) prospectively to all business combinations from 1 January 2010;
- IFRS 9, "Financial instruments" – effective for annual reporting periods beginning on or after 1 January 2013. IFRS 9 addresses classification and measurement of financial assets and replaces the multiple classification and measurement models in IAS 39 with a single model that has only two classification categories: amortised cost and fair value. Classification under IFRS 9 is driven by the entity's business model for managing the financial assets and the contractual characteristics of the financial assets. IFRS 9 also removes the requirement to separate embedded derivatives from financial asset hosts. It requires a hybrid contract to be classified in its entirety at either amortised cost or fair value (1).

(1) These standards and interpretations have not yet been endorsed by the European Union

The following new standards, amendments to standards and interpretations have been published and are mandatory for the Group's accounting periods beginning on or after 1 January 2010 or later periods but are expected to have a very limited impact for the Group:

- IAS 1 (amendment), "Presentation of financial statements";
- IAS 24 (revised), "Related party disclosures" – effective from 1 January 2011 (1);
- IAS 32 (amendment), "Classification of right issues" – effective from 1 February 2010;
- IAS 39 (amendment), "Financial instruments: Recognition and measurement – Eligible hedged items" – effective from 1 July 2009;
- IFRS 1 (amendment), "Additional exemptions for first-time adopters" – effective from 1 January 2010 (1);
- IFRS 2 (amendment), "Group cash-settled share-based payment transactions" – effective from 1 January 2010 (1);
- IFRS 5 (amendment), "Non-current assets held for sale and discontinued operations" – effective from 1 July 2009;
- IFRIC 9 (amendment), "Reassessment of embedded derivatives" and IAS 39 "Financial instruments: Recognition and measurement" – effective from 1 July 2009;
- IFRIC 14 (amendment), "IAS 19 – The limit on a defined benefit asset, minimum funding requirements and their interactions" – effective from 1 January 2011 (1);
- IFRIC 17, "Distributions of non-cash assets to owners" – effective from 1 July 2009;
- IFRIC 18, "Transfers of assets from customers" – effective from 1 July 2009;
- IFRIC 19, "Extinguishing financial liabilities with equity instruments" – effective from 1 July 2010 (1).

As part of its annual improvements project published in May 2008 and April 2009, the IASB has slightly amended various standards. The improvements focused on areas of inconsistencies in IFRSs or where clarification of wording was required. Most of the amendments (not already effective for annual periods beginning on 1 January 2009) are effective for annual periods beginning on 1 January 2010, with earlier application permitted. The Group does not expect any significant impact of these amendments on its consolidated financial statements. The improvements to IFRSs published in April 2009 have not yet been endorsed by the European Union.

1.3.

Principles of consolidation

1.3.1.

Subsidiaries

Subsidiaries are those undertakings controlled by the Company. Control exists when the Company has the

power or ability ("de facto control"), directly or indirectly, to govern the financial and operating policies of an undertaking so as to obtain benefits from its activities. The existence and effect of potential voting rights that are presently exercisable or presently convertible are considered when assessing whether the Company controls another entity. Directly or indirectly held subsidiaries are consolidated from the date on which control is transferred to the Company and are no longer consolidated from the date that control ceases.

The purchase method of accounting is used to account for the acquisition of subsidiaries by the Company. The cost of an acquisition is measured as the fair value of the assets given, equity instruments issued and liabilities incurred or assumed at the date of exchange, plus costs directly attributable to the acquisition. Identifiable assets acquired and liabilities and contingent liabilities assumed in a business combination are measured initially at their fair values at the acquisition date, irrespective of the extent of any minority interest. The excess of the cost of acquisition over the fair value of the Company's share of the identifiable net assets acquired is recorded as goodwill. If the cost of acquisition is less than the fair value of the net assets of the subsidiary acquired, the difference is recognised directly in the income statement.

When an acquisition is completed by a series of successive transactions, each significant transaction is considered individually for the purpose of the determination of the fair value of the identifiable assets, liabilities and contingent liabilities acquired and hence for the goodwill associated with the acquisition.

The fair values of the identifiable assets, liabilities and contingent liabilities acquired can vary at the date of each transaction. When a transaction results in taking control over the entity the interests previously held in that entity are revalued on the basis of the fair values of the identifiable assets and liabilities at that date. The contra posting for this revaluation is recorded directly in revaluation reserve in equity.

Subsequent purchases, after the Group has obtained control, are treated as the acquisition of shares from minority interest: the identifiable assets, liabilities and contingent liabilities of the entity are not subject to a further revaluation and the positive or negative difference between the cost of such subsequent acquisitions and the net value of the additional proportion of the interest acquired is recorded directly in equity.

For disposals of minority interests, differences between any proceeds received and the relevant share of minority interest are also recorded in equity.

(1) These standards and interpretations have not yet been endorsed by the European Union

The full consolidation method is used, whereby the assets, liabilities, income and expenses are fully incorporated. The proportion of the net assets and net income attributable to minority interest is presented separately as a minority interest in the consolidated statement of financial position and in the consolidated income statement.

1.3.2.

Joint ventures

A joint venture is an entity where the control of economic activity is contractually shared with one or more parties whereby no party on its own exercises effective control.

The purchase method of accounting is used to account for the acquisition of joint ventures by the Company.

Joint ventures are accounted for using proportionate consolidation. Under this method the Group includes its proportionate share of the joint venture's income and expenses, assets and liabilities and cash flows in the relevant components of the consolidated financial statements, on a line-by-line basis.

1.3.3.

Associates

Associates are defined as those investments, not classified as either subsidiaries or joint ventures, where the Group is able to exercise a significant influence. Such investments are recorded in the consolidated statement of financial position using the equity method of accounting and are initially recognised at cost. Under this method the Group's share of the post-acquisition profits or losses of associates is recognised in the income statement and its share of post-acquisition movements in reserves is recognised in reserves. The cumulative post-acquisition movements are adjusted against "Investments in associates".

The Group's investment in associates includes goodwill (net of any accumulated impairment loss) identified on acquisition.

When the Group's share of losses in an associate equals or exceeds its interest in the associate, including any other unsecured receivables, the Group does not recognise further losses, unless it has incurred obligations or made payments on behalf of the associate.

Unrealised gains on transactions between the Group and its associates are eliminated to the extent of the Group's interest in the associates. Unrealised losses are also eliminated unless the transaction provides evidence of an impairment of the asset transferred. Accounting policies of associates have been changed where necessary to ensure consistency with the policies adopted by the Group.

1.3.4.

Transactions eliminated on consolidation

Intra-group balances and transactions and any unrealised gains arising from intra-group transactions are eliminated in preparing the consolidated financial statements. Unrealised gains arising from transactions with associates and joint ventures are eliminated to the extent of the Group's interest in the undertaking. Unrealised gains resulting from transactions with associates are eliminated against the investment in the associates. Unrealised losses are eliminated in the same way as unrealised gains except that they are only eliminated to the extent that there is no evidence of impairment.

1.4.

Foreign currency translation

1.4.1.

Foreign currency translations and balances

Transactions in foreign currencies are translated to the respective functional currencies of Group entities at the foreign exchange rate ruling at the date of the transaction. Monetary assets and liabilities denominated in foreign currencies at the reporting date are translated at the foreign exchange rate ruling at that date. Foreign exchange differences arising on translation are recognised in the income statement. Non-monetary assets and liabilities that are measured in terms of historical cost in a foreign currency are translated using the exchange rate at the date of the transaction. Non-monetary assets and liabilities denominated in foreign currencies that are stated at fair value are translated to Euro at foreign exchange rates ruling at the date the fair value was determined.

1.4.2.

Financial statements of foreign operations

The assets and liabilities of foreign operations, including goodwill, except for goodwill arising from acquisitions before 1 January 2004, and fair value adjustments arising on consolidation, are translated to Euro using the foreign exchange rate prevailing at the reporting date. Income and expenses are translated at the average exchange rate for the year under review. The foreign currency translation differences resulting from this treatment, and those resulting from the translation of the foreign operations' opening net asset values at year-end rates, are recognised directly in a separate component of equity.

Exchange differences arising from the translation of the net investment in a foreign operation or associated undertaking and financial instruments, which are designated and qualified as hedges of such investments, are recognised directly in a separate component of equity. On disposal or partial disposal of a foreign operation, such exchange differences or proportion of exchange differences are recognised in the income statement as part of the gain or loss on sale.

1.5.**Derivative financial instruments and hedging activities****Fair value**

Derivative financial instruments are initially recognised at fair value in the statement of financial position at the date a derivative contract is entered into and are subsequently re-measured at fair value.

The fair value of foreign currency forward contracts is determined by using forward exchange market rates at the reporting date.

Cash flow hedging

For qualifying hedge relationships, the Group documents at the inception of the transaction the relationship between hedging instruments and hedged items, as well as its risk management objective and strategy for undertaking the hedge. This process includes linking all derivatives designated as hedges to specific assets and liabilities or to specific firm commitments or forecast transactions. The Group also documents, both at the hedge inception and on an ongoing basis, its assessment of whether the hedging derivatives are effective in offsetting changes in fair values or cash flows of the hedged items.

The accounting treatment applied to cash flow hedges in respect of off-balance sheet assets and liabilities can be summarised as follows:

- For qualifying hedges, the effective component of fair value changes on the hedging instrument (mostly foreign currency forward contracts or cash balances in foreign currencies) is deferred in "Hedging reserve";
- Amounts deferred in "Hedging reserve" are subsequently released to the income statement in the periods in which the hedged item impacts the income statement or are used to adjust the carrying value of assets purchased (basis adjustment). When hedging forecast purchases of programme rights in foreign currency, releases from equity via a basis adjustment occurs when the programme right is recognised on balance sheet in accordance with the Group's policy;
- The ineffective component of the fair value changes on the hedging instrument is recorded directly in the income statement.

When a hedging instrument expires or is sold, or when a hedge no longer meets the criteria for hedge accounting under IAS 39, any cumulative gain or loss included in the "Hedging reserve" is deferred until the committed or forecast transaction ultimately impacts the income statement. However, if a committed or forecast transaction is no longer expected to occur, then the cumulative gain or loss that was reported in equity is immediately transferred to the income statement.

1.6.**Current/non-current distinction**

Current assets are assets expected to be realised or consumed in the normal course of the Group's operating cycle (normally within one year). All other assets are classified as non-current assets.

Current liabilities are liabilities expected to be settled by use of cash generated in the normal course of the Group's operating cycle (normally within one year) or liabilities due within one year from the reporting date. All other liabilities are classified as non-current liabilities.

1.7.**Intangible assets****1.7.1.****Non-current programme rights**

Non-current programme rights are initially recognised at acquisition cost or production cost which includes staff costs and an appropriate portion of relevant overheads, when the Group controls, in substance, the respective assets and the risks and rewards attached to them.

Non-current programme rights include (co-)productions and audiovisual rights acquired, with the primary intention to broadcast or sell them as part of the Group's long-term operations. Non-current programme rights are amortised based on expected revenue. The amortisation charge is based on the ratio of net revenue for the period over total estimated net revenue. Estimates of total net revenue are reviewed periodically and additional impairment losses are recognised if appropriate.

1.7.2.**Goodwill**

Acquisitions are accounted for by application of the purchase method of accounting. Goodwill arising from applying this method represents the difference between the cost of the acquisition of subsidiaries, associates and joint ventures and the Group's share of the fair value of net identifiable assets acquired. Goodwill on acquisitions of subsidiaries and joint ventures is recognised as an intangible asset. Goodwill is tested annually for impairment and carried at cost less accumulated impairment losses. Goodwill is allocated to cash-generating units for the purpose of impairment testing. Each of the cash-generating units represents the Group's investment in a geographical area of operation by business segment except for the content business, which is considered as a sole cash-generating unit for worldwide operations.

No goodwill is recognised on an acquisition of minority interest.

Goodwill on acquisitions of associates is included in "Investments in associates".

Negative goodwill arising on an acquisition is recognised directly in the income statement.

1.7.3.

Other intangible assets

Other intangible assets with a definite useful life, which are acquired by the Group, are stated at cost less accumulated amortisation and impairment losses. They comprise licences (other than (co-)production, audiovisual and sport rights), trademarks and similar rights as well as EDP software. They are amortised on a straight-line basis over their estimated useful life as follows:

- Licences: seven to 20 years;
- Software: maximum three years.

Brands, unless an indefinite useful life can be justified, and customer relationships acquired through business combinations are amortised on a straight-line basis over their estimated useful life.

Other intangible assets with an indefinite useful life are tested annually for impairment and whenever there is an indication that the intangible asset may be impaired.

1.8.

Property, plant and equipment

1.8.1.

Owned assets

Property, plant and equipment are stated at cost less accumulated depreciation and impairment losses. Depreciation is recognised on a straight-line basis over the estimated useful lives of the assets as follows:

- Land: nil;
- Buildings: ten to 25 years;
- Technical equipment: four to ten years;
- Other fixtures and fittings, tools and equipment: three to ten years.

Where an item of property, plant and equipment comprises major components having different useful lives, they are accounted for as separate items of property, plant and equipment. Gains and losses on disposals are determined by comparing proceeds with the carrying amount and are included in operating profit.

Depreciation methods and useful lives, as well as residual values, are reassessed annually.

1.8.2.

Leases

Leases of property, plant and equipment where the Group assumes substantially all the benefits and risks of ownership are classified as finance leases. Assets held under finance leases and the related ob-

ligations are recognised on the statement of financial position at the lower of their fair value and the present value of minimum lease payments at the inception of the lease, less accumulated depreciation and impairment losses. Such assets are depreciated on the same basis as owned assets (see note 1.8.1.) or lease term if no evidence of lessee will obtain ownership. Each lease payment is allocated between the liability and finance charge so as to achieve a constant rate on the outstanding finance balance. The corresponding lease obligations, net of finance charges, are included in loans payable. The interest element of the finance charge is charged to the income statement over the lease period.

Leases where all the risks and benefits of ownership are effectively retained by the lessor are classified as operating leases. Payments made under operating leases, net of any incentives received from the lessor, are charged to the income statement on a straight-line basis over the period of the lease.

1.8.3.

Subsequent expenditure

Expenditure incurred to replace a component of an item of property, plant and equipment that is accounted for separately is capitalised, with the carrying amount of the component that is to be replaced being written off. Other subsequent expenditure is capitalised only when it increases the future economic benefits that will be derived from the item of property, plant and equipment. All other expenditure is expensed as incurred.

1.9.

Loans and other financial assets

Loans are recognised initially at fair value plus transaction costs. In subsequent periods, loans are stated at amortised cost using the effective yield method, less any valuation allowance for credit risk. Any difference between nominal value, net of transaction costs, and redemption value is recognised using the effective interest method in the income statement over the period of the loan.

Non-current and current investments comprise available-for-sale assets and other financial assets at fair value through profit or loss.

Investments intended to be held for an indefinite period of time, which may be sold in response to needs for liquidity or changes in interest rates, are classified as available-for-sale and are included in non-current assets unless management has the express intention of holding the investment for less than 12 months from the reporting date or unless they will need to be sold to raise operating capital, in which case they are included in current assets. Management determines the appropriate classification of its investments at the time of the purchase and re-evaluates such designation on a regular basis. Available-for-sale investments

are initially recognised at fair value plus transaction costs and are subsequently carried at fair value. Unrealised gains and losses arising from changes in the fair value of available-for-sale investments are included, net of deferred income tax, in other comprehensive income (revaluation reserve) in the period in which they arise.

Financial instruments are at fair value through profit or loss if they contain one or more embedded derivatives which cannot be measured separately. They are initially recognised at fair value, and transaction costs are expensed in the income statement. Changes in fair value are recognised in the income statement.

All purchases and sales of non-current and current investments are recognised on the trade date, which is the date that the Group commits to purchase or sell the asset.

The fair value of publicly traded investments is based on quoted market prices at the reporting date. The fair value of non-publicly traded investments is based on the estimated discounted value of future cash flows.

1.10.

Current programme rights

Current programme rights are initially recognised at acquisition cost or Group production cost when the Group controls, in substance, the respective assets and the risks and rewards attached to them.

Current programme rights include programmes in progress, (co-)productions as well as rights acquired with the primary intention to broadcast or sell them in the normal course of the Group's operating cycle. Current programme rights include an appropriate portion of overheads and are stated at the lower of cost and net realisable value. They are consumed based on either the expected number of transmissions or expected revenue in order to match the costs of consumption with the benefits received. The rates of consumption applied for broadcasting rights are the following:

- Blockbusters (films resulting in a large amount of cinema tickets), mini-series (primarily own productions with a large budget), other films, series, TV movies and (co-)productions are mainly consumed over a maximum of two transmissions as follows: 67 per cent upon the first transmission, with the remainder upon the second transmission;
- Soaps, in-house productions, quiz and game shows, sports and other events, documentaries and music shows are fully consumed upon the first transmission;
- Children's programmes and cartoons are consumed over a maximum of two transmissions as follows: at least 50 per cent upon the first transmission, with the remainder upon the second transmission.

1.11.

Accounts receivable

Trade accounts receivable arise from the sale of goods and services related to the Group's operating activities. Other accounts receivable include, in addition to deposits and amounts related to Profit and Loss Pooling and compensation agreements with RTL Group's controlling shareholder, VAT recoverable, prepaid expenses and the fair value of derivative assets. Trade and other accounts receivable are measured at amortised cost. Impairment losses on trade and other accounts receivable, except derivative assets, are recognised when there is objective evidence that the Group will not be able to collect all amounts due according to the original term of receivables. Significant financial difficulties of the debtor, probability that the debtor will enter bankruptcy or financial reorganisation, and default or delinquency in payments (more than 30 days overdue) are considered indicators that the trade receivable is impaired. The amount of the provision is the difference between the asset's carrying amount and the present value of estimated future cash flows, discounted at the original effective interest rate. The carrying amount of the asset is reduced through the use of an allowance account, and the amount of the loss is recognised in the income statement within depreciation, amortisation and impairment. When a trade receivable is uncollectible, it is written off against the allowance account for trade accounts receivable. Subsequent recoveries of amounts previously written off are credited against depreciation, amortisation and impairment in the income statement.

Accrued income is stated at the amounts expected to be received.

1.12.

Cash and cash equivalents

Cash consists of cash in hand and at bank.

Cash equivalents are assets that are readily convertible into cash such as short-term highly liquid investments, including money market funds, commercial papers, bank deposits and marketable securities, which all mature within three months from the date of purchase.

Bank overdrafts are included within current liabilities.

1.13.

Impairment of non-financial assets

Assets that have an indefinite useful life are not subject to amortisation and are tested annually for impairment. Assets that are subject to amortisation are reviewed for impairment whenever events or changes in circumstances indicate that the carrying amount may not be recoverable. An impairment loss is recognised for the amount by which the asset's carrying amount exceeds its recoverable amount. For the purposes of assessing impairment, assets are grouped

at the lowest levels for which there are separately identifiable cash flows (cash-generating units).

The recoverable amount is the higher of an asset's fair value less costs to sell and value in use. In assessing value in use and fair value less costs to sell, the estimated future cash flows are discounted to their present value using a pre-tax discount rate that reflects current market assessments of the time value of money and the risks specific to the asset.

In respect of assets other than goodwill, an impairment loss is reversed when there is an indication that the conditions that caused the impairment loss may no longer exist and there has been a change in the estimates used to determine the recoverable amount. The carrying value after the reversal of the impairment loss cannot exceed the carrying amount that would have been determined, net of depreciation as amortisation, if no impairment loss had been recognised.

1.14.

Impairment of financial assets

The Group assesses at each reporting date whether there is objective evidence that a financial asset or a group of financial assets is impaired. In the case of equity securities classified as available-for-sale assets, a significant or prolonged decline in the fair value of the security below its cost is considered an indicator that the securities are impaired. If any such evidence exists for available-for-sale financial assets, the cumulative loss – measured as the difference between the acquisition cost and the current fair value, less any impairment loss on that financial asset previously recognised in the income statement – is removed from equity and recognised in the income statement. Impairment losses recognised in the income statement on equity instruments are not reversed through the income statement. Impairment testing of trade accounts receivable is described in note 1.11.

1.15.

Non-current assets held for sale

Non-current assets (or disposal groups) are classified as assets held for sale when their carrying amount is to be recovered principally through a sale transaction and a sale is considered highly probable. They are stated at the lower of the carrying amount and fair value less costs to sell if their carrying amount is recovered principally through a sale transaction rather through a continuing use.

1.16.

Accounts payable

Trade accounts payable arise from the purchase of assets, goods and services relating to the Group's operating activities. Other accounts payable comprise, in addition to the amount related to Profit and Loss Pooling agreement with RTL Group's controlling shareholder, VAT payable, fair value of derivative

liabilities, accrued expenses, and payable on capital expenditure. Trade and other accounts payable are measured at amortised cost using the effective interest method, except derivative liabilities, which are measured at fair value.

1.17.

Loans payable

Interest-bearing current and non-current liabilities are recognised initially at fair value less transaction costs. Subsequent to initial recognition, interest-bearing current and non-current liabilities are stated at amortised cost with any difference between cost and redemption value being recognised in the income statement over the period of the borrowings using the effective interest method.

1.18.

Provisions

Provisions are recognised when the Group has a present legal or constructive obligation to transfer economic benefits as a result of past events. The amounts recognised represent management's best estimate of the expenditures that will be required to settle the obligation as of the reporting date. Provisions are measured by discounting the expected future cash flows to settle the obligation at a pre-tax rate that reflects current market assessments of the time value of money and, where appropriate, the risks specific to the obligation.

A provision for restructuring is recognised when the Group has approved a detailed and formal restructuring plan and the restructuring has either commenced or has been announced publicly. Costs relating to the ongoing activities of the Group are not provided for.

A provision for onerous contracts is recognised when the expected benefits to be derived by the Group from a contract are lower than the unavoidable cost of meeting its obligations under the contract. The provision is measured at the present value of the lower of the expected cost of terminating the contract and the expected net cost of continuing with the contract. Before a provision is established, the Group recognises any impairment loss on the assets associated with that contract.

1.19.

Employee benefits

1.19.1.

Pension benefits

The Group operates or participates in both defined contribution and defined benefit plans, according to the national laws and regulations of the countries in which it operates. The assets of the plans are generally held in separate trustee-administered funds and some of the plans are operated through pension funds that are legally independent from the Group.

The pension plans are generally funded by payments from employees and by the relevant Group companies, taking into account the recommendations of independent qualified actuaries.

Pension costs and obligations relating to defined benefit plans are recognised based on the projected unit credit method. The Group recognises actuarial gains and losses in other comprehensive income.

Pension costs relating to defined contribution plans (including deferred compensation plans that are defined contribution plans in nature) are recognised when an employee has rendered service in exchange for the contributions due by the employer.

1. 19. 2.

Other benefits

Many Group companies provide death in service benefits, and spouses' and children's benefits. The costs associated with these benefits are recognised when an employee has rendered service in exchange for the contributions due by the employer.

1. 19. 3.

Share-based transactions

Share options are granted to certain directors and senior employees. The options are granted at the market price on the date of the grant and are exercisable at that price.

For share options that were granted before 7 November 2002, no compensation cost is recognised in the income statement. When the options are exercised, the proceeds received net of any transaction costs are credited to share capital and share premium.

For share options that were granted after 7 November 2002, the fair value of options granted is recognised as an employee expense with a corresponding increase in equity. The fair value is measured at grant date and spread over the period during which the employees become unconditionally entitled to the options. The fair value of the options granted is measured using a binomial model, taking into account the terms and conditions upon which the options were granted. The amount recognised as an expense is adjusted to reflect the actual number of share options that vest except where forfeiture is only due to share prices not achieving the threshold for vesting.

1. 20.

Share capital

1. 20. 1.

Equity transaction costs

Incremental external costs directly attributable to the issue of new shares, other than in connection with a business combination, are deducted, net of the related income taxes, against the gross proceeds recorded in equity. Share issue costs incurred in

connection with a business combination are included in the cost of acquisition.

1. 20. 2.

Treasury shares

Where the Company or its subsidiaries purchases the Company's own equity shares, the consideration paid, including any attributable transaction costs net of income taxes, is shown in deduction of equity as "Treasury shares".

1. 20. 3.

Dividends

Dividends on ordinary shares are recorded in the consolidated financial statements in the period in which they are approved by the Company's shareholders.

1. 21.

Revenue presentation and recognition

Revenue includes sales of rights and licence income, (co-)productions, advertising revenue and other sales, net of sales deductions such as cash rebates, credit notes, discounts, refunds and VAT. Revenue comprises the fair value of consideration received or receivable for the sale of services in the ordinary course of the Group's activities. Agency commissions are presented as a deduction from advertising revenue.

Revenue is recognised when the Group has transferred the significant risks and rewards of ownership and the control over the goods sold and the amount of revenue can be measured reliably. Specifically, advertising sales are recognised when the related advertisement or commercial is broadcast and sales of programme rights under licences are recognised when the programme material has been accepted by the licensee as being in accordance with the conditions of the licence agreement.

Barter revenue is recognised if goods or services in a barter transaction are of a dissimilar nature and if revenue has economic substance and can be reliably measured. Revenue from barter transactions is recognised at the fair value of the goods or services received, adjusted for any cash involved in the transaction.

1. 22.

Government grants

Grants from the government and inter-governmental agencies are recognised at their fair value where there is a reasonable assurance that the grant will be received and the Group will comply with all attached conditions.

Government grants related to assets are initially presented as a deduction in arriving at the carrying amount of the asset.

Grants that compensate the Group for expenses incurred are recognised in profit or loss on a system-

atic basis in the same period in which the expenses are recognised.

1. 23.

Interest income/expense

Interest income/expense is recognised on a time proportion basis using the effective interest method.

1. 24.

Income tax

Income tax on the profit or loss for the year comprises current and deferred tax. Income tax is recognised in the income statement except to the extent that it relates to items recognised directly to equity or other comprehensive income.

Current tax is the expected tax payable on the taxable income for the year, using tax rates enacted or substantially enacted in the countries where the company's subsidiaries, joint ventures and associates operate and generate taxable income at the reporting date and any adjustment to tax payable in respect of previous years.

Deferred taxes are recognised according to the balance sheet liability method on any temporary difference between the carrying amount for consolidation purposes and the tax base of the Group's assets and liabilities. Temporary differences are not provided for when the initial recognition of assets or liabilities affects neither accounting nor taxable profit and when differences relate to investments in subsidiaries to the extent that they will probably not reverse in the foreseeable future. No temporary differences are recognised on the initial recognition of goodwill. Deferred tax assets and liabilities are measured at the tax rates that are expected to apply to the period when the asset is realised or the liability is settled, based on tax rates that have been enacted or substantively enacted at the reporting date.

Deferred tax assets are recognised to the extent that it is probable that future taxable profits will be available against which the temporary differences and losses carried forward can be utilised.

Deferred tax assets and liabilities are offset when there is a legally enforceable right to set off current tax assets against current tax liabilities and when the deferred income taxes relate to the same tax authority.

1. 25.

Earnings per share

Basic earnings per share is calculated by dividing the net profit attributable to shareholders by the weighted average number of ordinary shares in issue during the year, excluding ordinary shares purchased by the Group and held as treasury shares.

The diluted earnings per share is calculated adjusting the weighted average number of ordinary shares

outstanding to assume conversion of all dilutive potential ordinary shares. The only category of dilutive potential ordinary shares is share options.

1. 26.

Segment reporting

Operating segments are reported in a manner consistent with the internal reporting provided to the chief operating decision-maker. The chief operating decision-maker, who is responsible for allocating resources and assessing performance of the operating segments, has been identified as the Executive Committee that makes strategic decisions.

An operating segment is a component of the Group that engages in business activities from which it may earn revenues and incur expenses, including revenues and expenses that relate to transactions with any of the Group's other components.

All operating segments' operating results are reviewed regularly by the Group's Executive Committee to make decisions about resources to be allocated to the segment and assess its performance, and for which discrete financial information is available.

The invested capital is disclosed for each reportable segment as reported to the Executive Committee. The segment assets include the following items:

- The non-current assets, except the incremental fair value of the available-for-sale investments, the surplus of the defined benefit plans and the deferred tax assets;
- The current assets, except the income tax receivable, the fair value of derivative assets, the current deposit with the shareholder, the Canal Plus France hybrid instrument, the account receivable from the shareholder in relation with the PLP agreement, the accounts receivable related to dividend income, the fixed term deposits, and cash and cash equivalents.

The segment assets and liabilities are consistently measured with those of the statement of financial position.

2 ACCOUNTING ESTIMATES AND JUDGEMENTS

Estimates and judgements are continually evaluated and are based on historical experience and other factors, including expectations of future events that are believed to be reasonable under the circumstances.

The Group makes estimates and assumptions concerning the future. The resulting accounting estimates will, by definition, seldom equal the related actual results. The estimates and assumptions that have a significant risk of causing a material adjustment to the carrying amounts of assets and liabilities within the next financial year are discussed below.

2.1.

Programme and sport rights (assets and provisions for onerous contracts)

The Group's accounting for non-current programme rights requires management judgements as it relates to estimates made of total net revenue used in the determination of the amortisation charge and impairment loss for the year.

In addition, management judgement is required to assess, taking into account factors such as the future programme grid, the realised/expected audience of the programme, the current programme rights that are not likely to be broadcast and the related valuation allowance.

Provisions for onerous contracts related to programme and sport rights are also recognised when the Group has constructive obligations and it is probable that unavoidable costs exceed the economic benefits. These provisions determined by discounting the expected future cash inflows are estimates for which the amount and timing of actual cash flows are dependent on future events, especially sport ones.

2.2.

Estimated impairment of goodwill

The Group tests annually whether goodwill has suffered any impairment, in accordance with the accounting policy stated in note 1.7.2.

The Group has used a combination of long-term trends, industry forecasts and in-house knowledge, with greater emphasis on recent experience, in forming the assumptions about the development of the various advertising markets in which the Group operates. This is an area highly exposed to the general downturn in the economy.

The state of the advertising market is just one of the key operational drivers which the Group uses when assessing individual business models. Other key drivers include audience shares, advertising market shares, the EBITA margin and cash conversion rates.

All of these different elements are variable, inter-related and difficult to isolate as the main driver of the various business models and respective valuations.

The Group lead sensitivity analysis on the cash-generating units especially for which the headroom between the recoverable amount and the carrying value is low (see note 7.2.).

2.3.

Fair value of available-for-sale investments and financial assets at fair value through profit or loss

The Group has used discounted cash flow analysis for various available-for-sale investments and financial assets at fair value through profit or loss that were not traded in active markets.

The carrying amount of available-for-sale investments would be an estimated €5 million lower or higher were the discount rates used in the discounted cash flow analysis to differ by 10 per cent from management's estimates.

2.4.

Income and deferred taxes

The Group is subject to income taxes in numerous jurisdictions. There are transactions and calculations for which the ultimate tax determination is uncertain during the ordinary course of business.

Deferred tax assets are recognised to the extent that it is probable that future taxable profits will be available against which the temporary differences and losses carried forward can be utilised. Management judgement is required to assess probable future taxable profits. In 2009, deferred tax assets on losses carry-forwards (mainly in Germany and Luxembourg, respectively €53 and €nil million) (2008: €62 and €40 million) and on temporary differences (mainly in Germany, €320 million) (2008: €289 million) have been reassessed on the basis of currently implemented tax strategies.

2.5.

Post-employment benefits

The Group has adopted the following approaches for the pension assumptions:

- The discount rate is determined by reference to market yields at the closing on high quality corporate bonds;
- The expected return on plan assets is based on market expectations, at the beginning of the period;
- Estimate of future salary increases mainly take account of inflation, seniority, promotion, and supply and demand in the employment market.

3. FINANCIAL RISK MANAGEMENT

Group Treasury carries out risk management activities in accordance with Treasury policies issued and approved by the Board of Directors. The Board has issued written principles for overall risk management as well as written policies covering specific areas, such as market risk, credit risk and liquidity risk.

The Group is exposed in particular to risks from movements in exchange rates as it engages in long-term purchase contracts for programme rights (output deals) denominated in foreign currency. The Group seeks to minimise the potential adverse effects of changing financial markets on its performance through the use of derivative financial instruments such as foreign exchange forward contracts. Derivatives are not used for speculative purposes.

Risks are hedged to the extent that they influence the Group's cash flows (i.e. translational risk is not hedged). The Group resorts on an ongoing basis to cash flow hedges that qualify as hedging instruments.

Market risk

Foreign exchange risk

Foreign exchange exposure

The Group operates internationally and is exposed to foreign exchange risk arising from various currency exposures.

For the Group as a whole, cash flow, net income and net worth are optimised by reference to Euro. However, foreign exchange risks faced by individual Group companies are managed or hedged against the functional currency of the relevant entity (as these entities generally generate their revenue in local currencies). Hence, the Group manages a variety of currencies due to the numerous functional currencies of the companies constituting the Group.

In addition to this geographic reason generating foreign exchange risk, market practices in the television business imply a significant forward exposure to USD (as programme rights are usually denominated in USD and not paid upfront). This explains why the main off-balance sheet exposure of the Group is towards the USD in respect of future purchases and sales of programme rights, output deals (commitments for future cash flows) and highly probable forecast transactions.

Management of the foreign exchange exposure

The management of RTL Group's foreign exchange exposure is carried out centrally by the Group Treasury Department, which might decide to hedge on the one hand the balance sheet exposure (for which the Group does not elect to use hedge accounting) and on the other hand the forecast transactions arising

from the operations (off-balance sheet commitments for which hedge accounting might be used). In order to manage the latter, the Group Treasury Department collects from its affiliates their forecasts of foreign currency exposures arising from signed and forecast output deals and programme rights on an ongoing basis in order to monitor and hedge the Group's overall foreign currency exposure. All foreign exchange deals are centralised in a global internet-based database. The Group Treasury Department is then responsible for hedging on a one-to-one basis the exposure against the functional currency of such entity above the materiality level of € 100,000 in each currency by using external foreign currency derivative contracts. Below this threshold, hedging is done on a bulk basis.

Entities exposed to foreign currency risk are responsible for hedging their exposures in accordance with the Group Treasury policies. The foreign currency management policy of the Group is to hedge 100 per cent of the recognised monetary foreign currency exposures arising from cash, receivables, payables, loans and borrowings denominated in currencies other than the functional currency. Group companies hedge more than 76 per cent of known cash flows which constitute firm commitments or highly probable forecast transactions. The Group policy is to hedge between 80 per cent and 100 per cent of short-term cash flow forecasts and between 20 per cent and 85 per cent of longer term (between two and five years) cash flow forecasts.

In order to monitor the compliance of the management of the foreign exchange exposure with the Group's policy, a monthly report is produced. This report shows for each subsidiary their exposure to currencies other than their functional currency, detailing the nature (e.g. trade accounts, royalties, intercompany accounts) of on balance sheet items, and the underlying deals and maturities of off-balance sheet items, as well as the corresponding hedging ratios. A specific report showing the global USD exposure (representing the main exposure) is provided to RTL Group management on a monthly basis.

Accounting

The Group's policy is not to apply a foreign currency hedge accounting model defined under IAS 39 for economic hedges or exposures arising from recognised foreign currency monetary assets and liabilities. This is because there is a natural offset of gains and losses in the income statement between the revaluation of the hedging derivative and the hedged exposure.

The foreign currency cash flow hedge accounting model defined under IAS 39 is applied by those companies which account for the majority of the Group's foreign currency exposure, when:

- Hedged foreign currency exposures relate to programme right transactions which have not yet been recognised on the statement of financial position (such as forecast or firm purchases of programme rights for which the licence period has not yet begun); and
- Amounts are sufficiently material to justify the need for hedge accounting.

The effective portion of the changes in the fair value of the hedging instruments is recognised net of deferred tax in the hedging reserve in equity (see note 7.15.4.). It is released to the carrying value of the hedged item when such an item is recognised in the statement of financial position. The ineffective portion of the change in fair value of the hedging instrument (swap points) is recognised directly in the profit or loss. For the year ended 31 December 2009, the amount of ineffectiveness (see note 6.5.) that has been posted to the income statement during the period (e.g. the forward points that have not been booked in equity during the period) is €(12) million (€(9) million in 2008).

Hedges

The number of foreign currency cash flow hedge relationships amounts to 362 at year-end 2009 (359 at year-end 2008). The impact of forward foreign exchange contracts is detailed as follows:

	2009 €m	2008 €m
Net fair value of derivative (assets)/liabilities (see notes 7.8. and 7.12.)	3	(63)
Operating foreign exchange gains/(losses)	(23)	19
Cash flow hedges ineffectiveness losses (see note 6.5.)	(12)	(9)
	2009 €m	2008 €m
Less than 3 months	2	(31)
Less than 1 year	(1)	(4)
Less than 5 years	2	(28)
Net fair value of derivative (assets)/liabilities (see notes 7.8. and 7.12.)	3	(63)

The split by maturities of notional amounts of forward exchange contracts at 31 December 2009 is for the main foreign currencies as follows:

	2010 €m	2011 €m	2012 €m	2013 €m	>2013 €m	Total €m
Buy	212	22	2	–	–	236
Sell	(524)	(62)	(25)	(4)	(3)	(618)
Total	(312)	(40)	(23)	(4)	(3)	(382)

	2010 \$m	2011 \$m	2012 \$m	2013 \$m	>2013 \$m	Total \$m
Buy	632	326	220	132	114	1,424
Sell	(167)	(28)	(3)	–	–	(198)
Total	465	298	217	132	114	1,226

The split by maturities of notional amounts of forward exchange contracts at 31 December 2008 is for the main foreign currencies as follows:

	2009 €m	2010 €m	2011 €m	2012 €m	>2012 €m	Total €m
Buy	100	4	–	–	–	104
Sell	(372)	(54)	(31)	(20)	–	(477)
Total	(272)	(50)	(31)	(20)	–	(373)

	2009 \$m	2010 \$m	2011 \$m	2012 \$m	>2012 \$m	Total \$m
Buy	630	281	197	114	148	1,370
Sell	(155)	(9)	(1)	–	–	(165)
Total	475	272	196	114	148	1,205

Sensitivity analysis to foreign exchange rates

The Group estimates that:

- If the USD had been 10 per cent stronger compared to the Euro (respectively weaker), with all other variables held constant, this would have resulted in a pre-tax €4 million loss (respectively gain) for the Group, and in an additional pre-tax €70 million income (respectively expense) recognised in equity;
- If the GBP had been 10 per cent stronger compared to the Euro (respectively weaker), with all oth-

er variables held constant, this would have resulted in a pre-tax nil gain (respectively loss) for the Group, and an additional pre-tax €3 million expense (respectively income) recognised in equity;

- If other currencies had been 10 per cent stronger compared to the Euro (respectively weaker), with all other variables held constant, this would have had no material impact on profit or loss and equity.

This sensitivity analysis does not include the impact of translation of foreign operations.

Interest rate risk

The management of interest rate risk is centralised at the level of the Group Treasury Department. The objective of the interest rate risk management policy is to minimise the interest rate funding cost over the long-term and to maximise the excess cash return.

In order to achieve this objective a cross border Euro cash pooling has been set up. The Group also believes that using floating rate rather than fixed rate debt in a positive yield curve environment supports that goal. This policy will be maintained as long as the Risk Management Committee judges the level of the mix between fixed and floating rates is appropriate.

ate. At 31 December 2009, the fixed/floating mix was: 8 per cent/92 per cent (11 per cent/89 per cent in 2008). Frequent benchmarks about interest rates are carried out in order to have this mix evolving along with market conditions.

The Group Treasury Department uses various indicators to monitor interest rate risk such as a targeted net fixed/floating rate debt ratio, duration, basis point value (increase in interest rate costs resulting from a basis point increase in interest rate) and interest cover ratio (i.e. adjusted EBITA over net interest expense as defined by rating agencies).

Assuming the actual amount of floating net cash available remains constant, it has been calculated that if the interest rates achieved would drop (respectively increase) by 100 basis points, at 31 December 2009, the interest income would subsequently drop (respectively increase) by €9 million (€9 million in 2008).

In respect of income-earning financial assets and interest-bearing financial liabilities, the following table indicates their effective interest rates at balance sheet date and the periods in which they re-price:

	Notes	Effective interest rate %	Total amount (1) €m	6 months or less €m	6-12 months €m	1-2 years €m	2-5 years €m	Over 5 years €m
Other loans – fixed rate	7.5	5.3	67	–	–	–	67	–
Other loans – floating rate	7.5	0.5	6	2	4	–	–	–
Current deposit – floating rate	7.8	0.5	542	542	–	–	–	–
Cash and cash equivalents (earning assets)	7.9	0.6	381	381	–	–	–	–
Bank loans – floating rate	7.11	3.5	(105)	(30)	(75)	–	–	–
Bank overdrafts	7.11	0.2	(5)	(5)	–	–	–	–
Loans from other financial institutions – floating rate	7.11	5.3	(12)	–	(12)	–	–	–
Leasing liabilities – floating rate	7.11	3.4	(2)	–	(2)	–	–	–
Leasing liabilities – fixed rate	7.11	6.3	(10)	–	–	(10)	–	–
Loans payable – floating rate	7.11	2.1	(22)	(16)	(6)	–	–	–
At 31 December 2009			840	874	(91)	(10)	67	–
Other loans – fixed rate	7.5	5.3	64	–	–	–	64	–
Other loans – floating rate	7.5	3.4	5	1	4	–	–	–
Current deposit – floating rate	7.8	2.4	599	599	–	–	–	–
Cash and cash equivalents (earning assets)	7.9	3.6	320	320	–	–	–	–
Bank loans – floating rate	7.11	4.7	(79)	(16)	(63)	–	–	–
Bank overdrafts	7.11	2.5	(6)	(6)	–	–	–	–
Leasing liabilities – floating rate	7.11	7.0	(3)	(3)	–	–	–	–
Leasing liabilities – fixed rate	7.11	6.3	(13)	(1)	(1)	(11)	–	–
Loans payable – floating rate	7.11	6.0	(9)	(1)	(8)	–	–	–
At 31 December 2008			878	893	(68)	(11)	64	–

(1) Excluding accrued interests

Credit risk

RTL Group's exposure to credit risk arises primarily through sales made to customers. Hence this risk primarily relates to trade receivables.

The Group's television and radio operations incur exposure to credit risk when making transactions with

advertising agencies or direct customers. In 2009, the combined television and radio advertising revenue contributed 62 per cent of the Group's turnover. Due to its business model, RTL Group's exposure to financial risk is directly linked to the final client, however the risks are considered as weak due to the size of the individual companies or agency groups.

RTL Group produces programmes which are sold or licensed to state-owned and commercial television channels. In 2009, these activities contributed 24 per cent of the Group's turnover. Given the limited number of television broadcasters in different countries, there is a high degree of concentration of credit risk. However, given the long-standing relationships between content provider and broadcasters and the fact that the customers are large businesses with a

solid financial position, the level of credit risk is significantly mitigated.

RTL Group also has policies in place to ensure that sales of products and services are made to customers with an appropriate credit history.

The carrying amount of financial assets represents their maximum credit exposure.

Ageing of financial assets (excluding the available-for-sale investments for an amount of €111 million) at 31 December 2009:

	Gross carrying amount (1, 2) €m	Neither impaired nor past due on the reporting date €m	Not impaired as of the reporting date and past due by					Gross amount impaired €m
			<= 1 month €m	2-3 months €m	3-6 months €m	6-12 months €m	Over 1 year €m	
Loans and other non-current financial assets	158	151	-	-	-	-	-	7
Trade accounts receivable	1,003	732	103	37	18	11	26	76
Accounts receivable from associates	30	30	-	-	-	-	-	-
Current deposit with shareholder	542	542	-	-	-	-	-	-
Canal Plus France	384	384	-	-	-	-	-	-
Other accounts receivable and current financial assets	604	597	2	1	-	-	-	4
Cash and cash equivalents	395	395	-	-	-	-	-	-
At 31 December 2009	3,116	2,831	105	38	18	11	26	87

Ageing of financial assets (excluding the available-for-sale investments for an amount of €97 million) at 31 December 2008:

Loans and other non-current financial assets	134	129	-	-	-	-	-	5
Trade accounts receivable	972	697	92	51	20	16	18	78
Accounts receivable from associates	25	25	-	-	-	-	-	-
Current deposit with shareholder	602	602	-	-	-	-	-	-
Canal Plus France	363	363	-	-	-	-	-	-
Other accounts receivable and current financial assets	628	614	3	1	-	-	-	10
Cash and cash equivalents	383	383	-	-	-	-	-	-
At 31 December 2008	3,107	2,813	95	52	20	16	18	93

(1) At 31 December 2009, cumulated valuation allowance amounted to €84 million

(2) At 31 December 2008, cumulated valuation allowance amounted to €78 million

The top ten trade accounts receivable represent €87 million (2008: €101 million) while the top 50 trade accounts receivable represent €260 million (2008: €266 million).

The Group has a significant concentration of credit risk due to its relationship with Bertelsmann AG. Nevertheless, credit risk arising from transactions with shareholders is carefully mitigated (see note 9.1.).

According to the bank policy of the Group, derivative instruments and cash transactions (including bank deposits and investment in money market funds) are operated only with high credit quality financial institutions so as to mitigate counterparty risk. The Group's bank relationship policy sets forth stringent criteria for the selection of banking partners and money market funds (such as maximum volatility, track record, rating, cash and cash equivalents status under IAS 7). In order to mitigate settlement risk, the Group has policies that limit the amount of cred-

it exposure to any one financial institution on any single day. Statistics (such as the percentage of the business allocated to each bank over the year compared to a target defined by management, or such as the summary of the highest intraday exposures by bank and by maturity date) are computed and used on a daily basis so as to ensure credit risk is mitigated in practice at any time.

Liquidity risk

Prudent liquidity risk management implies maintaining sufficient cash, the availability of funding through an adequate amount of committed credit facilities and the ability to close out market positions. Due to the dynamic nature of the underlying business, Group Treasury aims to maintain flexibility in funding by keeping committed credit lines available despite the total net cash situation. Group Treasury monitors on a monthly basis the level of the "Liquidity Head Room" (total committed facilities minus current utilisation through bank loans and guarantees).

	€m	Under 1 year €m	1-5 years €m	Over 5 years €m
2009				
Credit facilities - Banks				
Committed facilities	338	160	178	-
Headroom	124	37	87	-
2008				
Credit facilities - Banks				
Committed facilities	321	321	-	-
Headroom	123	123	-	-

The following table analyses the Group's financial liabilities into relevant maturity groupings based on the remaining period at the closing date to the contractual maturity date. The amounts disclosed in the table are the contractual undiscounted cash flows, except for foreign exchange derivative liabilities.

	Under 1 year €m	1-5 years €m	Over 5 years €m	Total €m
Liabilities				
Loans and bank overdrafts	80	87	-	167
Accounts payable (deferred income excluded)	2,063	179	177	2,419
At 31 December 2009	2,143	266	177	2,586
Liabilities				
Loans and bank overdrafts	23	105	1	129
Accounts payable (deferred income excluded)	2,021	162	160	2,343
At 31 December 2008	2,044	267	161	2,472

Financial instruments by category

The fair values of each class of financial assets and liabilities are equivalent to their carrying amount.

(1) Include Canal Plus France instrument designated at fair value through profit or loss (see note 7.8.)

	Notes	Assets at fair value through profit or loss (1) €m	Derivatives used for hedging €m	Loans and accounts receivable €m	Available- for-sale investments €m	Total €m
Assets						
Loans and other financial assets (surplus of the defined benefit plans excluded)	7.5.	78	-	73	111	262
Accounts receivable (prepaid expenses excluded)	7.8.	384	31	1,945	-	2,360
Cash and cash equivalents	7.9.	-	-	395	-	395
At 31 December 2009		462	31	2,413	111	3,017

	Notes	Liabilities at fair value through profit or loss €m	Derivatives used for hedging €m	Other financial liabilities (1) €m	Total €m
Liabilities					
Loans and bank overdrafts	7.11.	-	-	156	156
Accounts payable (deferred income excluded)	7.12.	-	34	2,351	2,385
At 31 December 2009		-	34	2,507	2,541

(1) At amortised cost

	Notes	Assets at fair value through profit or loss (1) €m	Derivatives used for hedging €m	Loans and accounts receivable €m	Available- for-sale investments €m	Total €m
Assets						
Loans and other financial assets	7.5.	423	-	69	97	589
Accounts receivable (prepaid expenses excluded)	7.8.	47	104	1,891	-	2,042
Cash and cash equivalents	7.9.	-	-	383	-	383
At 31 December 2008		470	104	2,343	97	3,014

(1) Include Canal Plus France instrument designated at fair value through profit or loss (see note 7.5.)

	Notes	Liabilities at fair value through profit or loss €m	Derivatives used for hedging €m	Other financial liabilities (1) €m	Total €m
Liabilities					
Loans and bank overdrafts	7.11.	-	-	111	111
Accounts payable (deferred income excluded)	7.12.	-	41	2,265	2,306
At 31 December 2008		-	41	2,376	2,417

(1) At amortised cost

Fair value hierarchy

The following table presents the Group's financial assets and liabilities measured at fair value at 31 December 2009 by valuation method. The different levels have been defined as follows:

- Level 1: quoted prices (unadjusted) in active markets for identical assets (or liabilities);
- Level 2: inputs other than quoted prices included within level 1 that are observable for the asset or liability, either directly (i.e. prices) or indirectly (i.e. derived from prices); and
- Level 3: inputs for the asset or the liability that are not based on observable market data (unobservable inputs).

	Total €m	Level 1 €m	Level 2 €m	Level 3 €m
Assets				
Financial assets at fair value through profit or loss	462	–	78	384
Available-for-sale investments	111	5	37	69
Derivatives used for hedging	31	–	31	–
At 31 December 2009	604	5	146	453
Liabilities				
Derivatives used for hedging	34	–	34	–
At 31 December 2009	34	–	34	–

The fair value of financial instruments traded in active markets is based on quoted market prices at the closing. A market is regarded as active if quoted prices are readily and regularly available from an ex-

change, dealer, broker, industry group, pricing service, or regulatory agency, and those prices represent actual and regularly occurring market transactions on an arm's length basis. These instruments are included in level 1. The quoted market price used for financial assets by the Group is the current bid price.

The fair value of financial instruments that are not traded in an active market is determined by using valuation techniques. These valuation techniques maximize the use of observable market data where it is available and rely as little as possible on entity specific estimates. If all significant inputs required to fair value an instrument are observable, the instrument is included in level 2.

If one or more of the significant inputs is not based on observable market data, the instrument is included in level 3.

Specific valuation techniques used to value financial instruments include:

- Quoted market prices or dealer quotes for similar instruments;
- The fair value of forward foreign exchange contracts is determined using forward exchange rates at the balance sheet date, with the resulting value discounted back to present value;
- Other techniques, such as discounted cash flow analysis, are used to determine fair value for the remaining financial instruments.

The hybrid financial instrument Canal Plus France (see note 7.8.) is presented in level 3.

The following table presents the change in level 3 instruments for the year ended 31 December 2009:

	Financial assets at fair value through profit or loss €m	Available-for-sale investments €m	Total €m
Balance at 1 January	410	69	479
Purchase	–	1	1
Gains and losses recognised in other comprehensive income	–	(1)	(1)
Gains and losses recognised in profit or loss ("Financial result other than interest")	19	–	19
Decrease (sales and settlement)	(45)	–	(45)
Balance at 31 December	384	69	453
Total gains for the period included in profit or loss for assets held at the end of the reporting period	21	–	21

No transfer between levels has been realised during the year 2009.

Capital risk management

The Group's objectives when managing capital are to safeguard the Group's ability to continue as a going concern and to provide returns for shareholders.

4. SEGMENT REPORTING

The determination of the Group's operating segments is based on the operational and management-related entities for which information is reported to the Executive Committee. IFRS 8 has been adopted in 2009 and comparatives have been consistently represented.

The Group has 16 profit centres, each one led by a CEO managing the operations in television, radio and diversification businesses in one of the 11 countries where the Group owns interests in 45 channels and 30 stations; FremantleMedia and UFA Sports operate an international network in the content business.

All the reported segments meet the quantitative thresholds required by IFRS 8:

- Mediengruppe RTL Deutschland: this segment encompasses all of the Group's German television activities. These include the leading commercial channel RTL Television, Vox, Super RTL, N-TV and an equity participation in RTL II. This segment also includes an array of diversification activities such as new media and content;
- Groupe M6: primarily composed of the commercial television channel M6. This segment also includes one other free-to-air television channel W9 and a number of smaller thematic pay channels. This segment also includes significant other activities such as home shopping, direct-to-consumer marketing, rights distribution and a football club;
- FremantleMedia: principally a worldwide production business, but other activities include a significant distribution and licensing business. Its main business units are based in the United States, the United Kingdom, Germany and Australia;
- RTL Nederland: this segment covers both television and radio activities. The Group's television channels cover RTL 4, RTL 5, RTL 7 and RTL 8 and are the leading family of channels in the Netherlands. Radio activities comprise Radio 538, the number one Dutch radio station;
- Five Group: this segment includes RTL Group's UK television activities, and comprise the public-service broadcaster Five and the digital terrestrial channels Fiver and Five USA;
- RTL Belgium: this segment includes both television and radio activities primarily focused in the French-speaking (southern) part of Belgium. The television activities are the leading family of channels and include RTL-TVI, Plug RTL and Club RTL while the radio activities are made up of the number one and number two stations, Bel RTL and Radio Contact; and
- French radio: this is the leading radio family in France and mainly includes the stations RTL Radio, RTL 2 and Fun Radio.

The revenue of "Other segments" mainly relates to RTL Klub (Hungary, €83 million, fully consolidated since 1 April 2009), Alpha Media Group (Greece,

€70 million), RTL Televizija (Croatia, €41 million). Group headquarters provides services, initiates development projects and is also reported in "Other segments".

RTL Group's Executive Committee assesses the performance of the operating segments based on EBITA. Interest income, interest expense, financial results other than interest, and income tax are not allocated to segments, as these are centrally driven. Inter-segment pricing is determined on an arm's length basis.

The Executive Committee also reviews on a regular basis the amount of the invested capital of each profit centre. Only the assets and liabilities directly managed by the profit centres are considered. Reportable segment assets and liabilities are reconciled to total assets and liabilities, respectively.

All management financial information reported to RTL Group's Executive Committee is fully compliant and consistent with the Group accounting policies and primary statements.

4.1**Segment information**

	Mediengruppe RTL Deutschland		Groupe M6		FremantleMedia	
	2009 €m	2008 €m	2009 €m	2008 €m	2009 €m	2008 €m
Revenue from external customers	1,731	2,019	1,370	1,351	989	1,000
Inter-segment revenue	1	1	7	3	194	203
Total revenue	1,732	2,020	1,377	1,354	1,183	1,203
Profit/(loss) from operating activities	353	384	186	183	155	153
Share of results of associates	13	15	(2)	(10)	-	1
EBIT	366	399	184	173	155	154
EBITA	366	414	195	196	155	155
Impairment of goodwill of subsidiaries and joint ventures and of disposal group	-	-	-	-	-	-
Impairment of goodwill of associates	-	-	-	(4)	-	-
Amortisation and impairment of fair value adjustments on acquisitions of subsidiaries and joint ventures	-	-	(11)	(24)	-	-
Gain/(loss) from sale of subsidiaries, joint ventures and other investments	-	(15)	-	5	-	(1)
EBIT	366	399	184	173	155	154
Interest income						
Interest expense						
Financial results other than interest						
Income tax expense						
Profit for the year						
Segment assets (associates excluded)	1,536	1,537	1,501	1,505	1,393	1,391
Investments in associates	39	41	-	7	18	-
Segment assets	1,575	1,578	1,501	1,512	1,411	1,391
Segment liabilities	600	559	634	613	359	337
Invested capital	975	1,019	867	899	1,052	1,054
Segment assets						
Deferred tax assets						
Income tax receivable						
Other assets						
Cash and cash equivalents						
Total assets						
Segment liabilities						
Deferred tax liabilities						
Income tax payable						
Other liabilities						
Total liabilities						
Capital expenditure	33	20	111	151	64	13
Depreciation and amortisation	(12)	(20)	(108)	(76)	(14)	(12)
Impairment losses excluding goodwill	(2)	-	(4)	(4)	3	(1)
Impairment of goodwill	-	-	-	-	-	-
Impairment of disposal group	-	-	-	-	-	-

4.2**Geographical information**

Geographical areas are based on where either customers (revenue) or the Group's non-current assets are located. Goodwill has been reasonably allocated to a geographical area based on whether the Group's risks and returns are affected predominantly by the products and services it produces.

	Germany	
	2009 €m	2008 €m
Revenue from external customers	1,866	2,130
Non-current assets	986	952
Assets classified as held for sale	-	-
Capital expenditure	60	27

RTL Nederland		Five Group		RTL Belgium		French Radio		Other segments		Eliminations		Total Group	
2009 €m	2008 €m	2009 €m	2008 €m	2009 €m	2008 €m	2009 €m	2008 €m	2009 €m	2008 €m	2009 €m	2008 €m	2009 €m	2008 €m
368	430	301	432	201	215	173	187	277	140	-	-	5,410	5,774
3	6	2	-	2	1	1	2	36	40	(246)	(256)	-	-
371	436	303	432	203	216	174	189	313	180	(246)	(256)	5,410	5,774
71	69	(199)	(346)	32	39	15	32	(130)	(56)	-	8	483	466
-	-	-	-	-	-	-	-	14	28	-	-	25	34
71	69	(199)	(346)	32	39	15	32	(116)	(28)	-	8	508	500
72	70	(41)	(2)	36	39	15	32	(43)	4	-	8	755	916
-	-	(140)	(338)	(4)	-	-	-	(66)	(26)	-	-	(210)	(364)
-	-	-	-	-	-	-	-	(1)	(8)	-	-	(1)	(12)
(1)	(1)	(18)	(6)	-	-	-	-	(6)	-	-	-	(36)	(31)
-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	(9)
71	69	(199)	(346)	32	39	15	32	(116)	(28)	-	8	508	500
												20	63
												(32)	(42)
												22	7
												(220)	(232)
												298	296
555	563	306	442	192	193	181	176	563	523	(163)	(181)	6,064	6,149
-	-	-	-	-	-	-	-	359	394	-	-	416	442
555	563	306	442	192	193	181	176	922	917	(163)	(181)	6,480	6,591
115	147	187	199	107	103	75	70	331	314	(157)	(174)	2,251	2,168
440	416	119	243	85	90	106	106	591	603	(6)	(7)	4,229	4,423
												6,480	6,591
												465	513
												42	105
												1,334	1,363
												395	383
												8,716	8,955
												2,251	2,168
												58	86
												152	229
												725	601
												3,186	3,084
2	3	3	4	2	4	4	6	24	144	-	-	243	345
(11)	(13)	(17)	(20)	(5)	(5)	(4)	(5)	(25)	(13)	-	-	(196)	(164)
-	(2)	(15)	-	-	-	-	-	(4)	(1)	-	-	(22)	(8)
-	-	(140)	(338)	-	-	-	-	(66)	(26)	-	-	(206)	(364)
-	-	-	-	(4)	-	-	-	-	-	-	-	(4)	-

France		UK		The Netherlands		Other regions		Total	
2009 €m	2008 €m	2009 €m	2008 €m	2009 €m	2008 €m	2009 €m	2008 €m	2009 €m	2008 €m
1,543	1,523	488	648	386	461	1,127	1,012	5,410	5,774
955	964	484	645	435	443	583	596	3,443	3,600
-	-	-	-	-	-	23	-	23	-
116	159	6	7	2	3	59	149	243	345

The revenue generated in Luxembourg amounts to €40 million (2008: €46 million). The total of non-current assets other than financial instruments, deferred tax assets and post-employment benefit assets located in Luxembourg amounts to €30 million (2008: €33 million).

5. ACQUISITIONS AND DISPOSALS

5.1.

Acquisitions and increases in interests held in subsidiaries and joint ventures

Details of significant acquisitions in the year ended 31 December 2009 are set out in note 5.2. Acquisitions have been consolidated using the purchase method of accounting with goodwill being recognised as an asset. All acquisitions have been included in the consolidated accounts from the date that control has been transferred to the Group.

In aggregate, the acquired businesses contributed revenue of €122 million and profit attributable to RTL Group shareholders of €16 million for the post-acquisition period to 31 December 2009. Had the business combinations been at the beginning of the year, the revenue and the profit attributable to RTL Group shareholders would have amounted to €5,434 million and €204 million respectively.

5.2.

Details of significant acquisitions and disposals, increases in interests held in subsidiaries and joint ventures

2009

M-RTL

At the extraordinary shareholders' meeting held on 20 March 2009, the shareholders of M-RTL Zrt ("M-RTL", "RTL Klub") granted their consent and approval to transfers of shares, in particular to the transfer by Pearson Netherlands BV ("PNBV") of its 20 per cent stake in M-RTL to KOS Beteiligungs- und Verwaltungsgesellschaft mbH ("KOS"). As a result, the disagreements among the shareholders, which led to the arbitration proceedings between PNBV, IKO-Telekom Média Holding Rt (n/k/a IKO Média

Holding Zrt) and M-RTL in December 2006, were settled. Following the transfer of the 20 per cent stake by PNBV to KOS, the economic and voting ownerships in M-RTL was as follows: RTL Group (49 per cent), IKO-Telekom Média Holding Zrt (31 per cent) and KOS (20 per cent).

As a result of the arrangements among the shareholders entered into on 20 March 2009, RTL Group has the ability in practice to control M-RTL without the acquisition of additional shares and fully consolidates M-RTL since 1 April 2009. Until such date, M-RTL was accounted for using the equity method. The Group has recognised the following identifiable assets, liabilities and contingent liabilities at fair value at the date of the gain of control :

- A fair value of €6.8 million on the customer relationships;
- A related deferred tax liability for an amount of €1.4 million.

Had the business combination occurred on 1 January 2009, the contribution to the consolidated revenue and to the Group's consolidated result would have been €102 million and €10 million, respectively.

On 26 June 2009, RTL Group acquired from KOS non-voting shares in M-RTL representing an economic interest of 18 per cent for an amount of €42 million. As a result, RTL Group since then owns an economic interest of 67 per cent and voting rights of 49 per cent in M-RTL. This acquisition in a fully consolidated entity has been accounted for as an equity transaction and therefore no adjustment was recorded to goodwill. The decrease in equity attributable to RTL Group shareholders and in equity attributable to minority interest amounts to €32 million and to €10 million, respectively.

M-RTL 2009	Carrying amount at date of gain of control €m	Incremental value €m	Fair value at date of gain of control €m	Acquisition of minority interest €m	Total €m
Cash and cash equivalents	8	–	8	–	8
Non-current programme rights	1	–	1	–	1
Other intangible assets	16	7	23	–	23
Property, plant and equipment	9	–	9	–	9
Current programme rights	36	–	36	–	36
Accounts receivable and other financial assets	27	–	27	–	27
Accounts payable	(52)	–	(52)	–	(52)
Net deferred tax assets/(liabilities)	1	(1)	–	–	–
Minority interest	(23)	(3)	(26)	10	(16)
Net assets acquired	23	3	26	10	36
Elimination of the contribution of companies previously accounted for using the equity method			(23)	–	(23)
Change in revaluation reserve from the gain of control in M-RTL			(3)	–	(3)
Negative impact in Group equity due to acquisition of minority interest			–	32	32
Total purchase consideration			–	42	42
Less:					
Deferred payments on acquisitions			–	(3)	(3)
Cash and cash equivalents in operations acquired			(8)	–	(8)
Cash outflow on acquisitions			(8)	39	31

Original Productions

On 20 February 2009, the Group acquired 75 per cent of Original FMM LLC, a Burbank (USA) based company producing factual entertainment programmes that appeal to both US and international broadcasters. RTL Group granted a put option on the remaining 25 per cent to the management based on a variable component. The fair value of the put option has been recognised as a liability.

This transaction qualifies as a business combination since RTL Group has gained the control of Original Productions. The purchase consideration, net of cash acquired, amounts to €38 million, resulting in the recognition of a goodwill of €44 million, as the purchase accounting led to no recognition of additional fair values directly attributable to the net assets acquired. Had the acquisition occurred on 1 January 2009, the contribution to the consolidated revenue and to Group's consolidated result would have been €44 million and €5 million respectively.

Original Productions 2009	Carrying amount at acquisition date €m	Incremental value €m	Fair value €m
Cash and cash equivalents	7	–	7
Property, plant and equipment	2	–	2
Current programme rights	14	–	14
Accounts receivable and other financial assets	6	–	6
Accounts payable	(25)	–	(25)
Employee benefit obligations	(2)	–	(2)
Interest-bearing loans payable and borrowings	(1)	–	(1)
Net assets acquired	1	–	1
Goodwill			44
Total purchase consideration			45
Less:			
Deferred payments on acquisitions			(21)
Cash and cash equivalents in operations acquired			(7)
Cash outflow on acquisition			17

2008**Alpha Media Group**

In September 2008, the Group signed an agreement to acquire a 66.6 per cent majority shareholding in Alpha Media Group. Alpha Media Group then comprised the Greek national TV channel Alpha TV, the regional TV channel Kanali 9 Thessaloniki, the radio stations Alpha 98.9 and Palmos 96.5 and Plus Productions, Alpha TV's in-house production company.

This transaction was approved by the Greek competition authority on 2 December 2008 and qualified as a business combination since RTL Group gained the control of Alpha Media Group on 16 December 2008.

The purchase consideration, net of cash acquired, amounted to €125 million.

The purchase accounting, determined on a provisional basis in 2008, was completed in 2009. The Group has recognised the following identifiable assets, liabilities and contingent liabilities at fair value at the date of control:

- The Alpha TV brands for an amount of €11.5 million;
- The customer relationships for an amount of €2.5 million;
- A related deferred tax liability for an amount of €2.8 million;
- A deferred tax asset of €9.7 million.

**Alpha Media Group
2008**

	Carrying amount at acquisition date €m	Incremental value €m	Fair value €m
Cash and cash equivalents	7	–	7
Other intangible assets	–	14	14
Property, plant and equipment	17	–	17
Current programme rights	19	–	19
Accounts receivable and other financial assets	59	–	59
Accounts payable	(95)	–	(95)
Employee benefit obligations	(3)	–	(3)
Other provisions	(2)	–	(2)
Net deferred tax assets	–	7	7
Minority interest	(1)	(7)	(8)
Net assets acquired	1	14	15
Goodwill			117
Total purchase consideration			132
Less:			
Cash and cash equivalents in operations acquired			(7)
Cash outflow on acquisition			125

* Re-presented following the completion of the purchase price allocation

In September and November 2009, RTL Group exited from its Greek radio activities for a cash consideration of €2.2 million, net of cash disposed of, resulting in a gain on disposal of €0.6 million (see notes 5.5. and 6.3.).

Cyréal

On 30 April 2008, the Group acquired 100 per cent of Cyréal Group exploiting the following three editorial websites *Clubic.com* for high technologies, *Jeuxvideo.fr* for video games and *Neteco.com* for e-business and *Achetezfacile.com*, a price comparison site.

This transaction qualified as a business combination since RTL Group gained the control of Cyréal. The Group recognised the following identifiable assets, liabilities and contingent liabilities at their fair value at the date of the transaction:

- "Clubic", "Achetez facile" and "Jeuxvidéo" brands for an amount of €1.4 million;

- Intellectual property rights in connection with the comparison engine for an amount of €0.7 million;
- A related deferred tax liability for an amount of €0.7 million.

The excess of the cost of the business combination over the fair value of the intangible assets and deferred tax was allocated to goodwill for an amount of

€40.4 million. At 31 December 2008, deferred payments on this transaction amounted to €18 million.

The goodwill has been decreased in 2009 by €3.7 million following the re-measurement of the earn-out clauses. Earn-out paid in 2009 amounted to €5 million.

Cyréalis 2008

	Carrying amount at acquisition date €m	Incremental value €m	Fair value €m
Cash and cash equivalents	1	-	1
Other intangible assets	-	2	2
Accounts receivable and other financial assets	3	-	3
Accounts payable	(1)	-	(1)
Interest bearing loans payable and borrowings	(2)	-	(2)
Net deferred liabilities	-	(1)	(1)
Net assets acquired	1	1	2
Goodwill			40
Total purchase consideration			42
Less:			
Deferred payments on acquisition			(18)
Cash and cash equivalents in operations acquired			(1)
Cash outflow on acquisition			23

Hugo Films

On 26 February 2008, RTL Group completed the acquisition of 100 per cent of the share capital of Hugo Films SAS, a French film production company owning a film catalogue. Following the completion of a fair value exercise, the items listed below were recognised:

- A fair value of €11.7 million on the catalogue of non-current programme rights;
- A related deferred tax liability for an amount of €4.4 million.

Lemonline – WKW

In November 2008, the Group had acquired the remaining 51 per cent of the share of the company Lemonline Ltd and its branch, the fast growing social network *Wer-kennt-wen.de*. Prior to this transaction, Lemonline – WKW was accounted for using the equity method. The acquisition qualified as a business combination since RTL Group has gained the control of Lemonline – WKW for a consideration of €4 million. The purchase accounting, determined on a provisional basis in 2008, was completed in 2009 without recognition of any additional fair values directly attributable to the net assets acquired.

AH Antenne

Before April 2008, AH Antenne was not under RTL Group's control since the control of the company was delegated to the Executive Board of the company in which RTL Group only held one of five mandates. In April 2008, the Articles of Association of

the company were amended and thereby the control was transferred from the responsibility of the Executive Board to the responsibility of the shareholders' meeting. Since the shareholders' meeting approves resolutions with simple majority and RTL Group holds 54 per cent of the share capital and voting rights, the control of the company was gained. Prior to this change, AH Antenne was accounted for using the equity method. This gain of control qualified as a business combination. The goodwill previously included in "Investment in associates" was transferred to "Goodwill" for an amount of €12 million. The purchase accounting led to no recognition of additional fair values directly attributable to the net assets acquired.

RTL Shop

In August 2008, following the approval of the German competition authority, RTL Group exited from its German teleshopping activities through the sale of RTL Shop to Aurelius, a Munich-based industrial holding. RTL Group recognised a loss on disposal amounting to €13 million.

An amount of €2.4 million of deferred consideration on direct costs associated with the disposal of RTL Shop has been paid in 2009.

FremantleMedia Investments

At 30 June 2008, an agreement was signed between RTL Group and BBC Worldwide Australia Channel Pty Ltd for the sale of FremantleMedia Investments Pty Ltd for an amount of €5.5 million. The resulting gain for the Group amounted to €4 million.

5.3.**Assets and liabilities acquired**

Details of the net assets acquired and goodwill are as follows:

	2009 €m	2008* €m
Purchase consideration:		
– Cash paid	68	171
– Payments on prior years' acquisitions	(5)	–
– Deferred consideration on acquisitions	24	19
Total purchase consideration	87	190
Less:		
Fair value of net assets acquired	(37)	(22)
Contribution of companies previously accounted for using the equity method	23	6
Change in revaluation reserve from gain of control	3	–
(Negative)/positive impact in Group equity due to acquisition of minority interest	(32)	1
Goodwill	44	175

* Re-presented (see note 1.2.1.)

5.4.**Cash outflow on acquisitions**

The net assets and liabilities arising from the acquisitions are as follows:

	2009				2008*	
	Carrying amount at acquisition date/gain of control €m	Incremental value €m	Fair value €m	Acquisition of minority interest €m	Total €m	Fair value €m
Cash and cash equivalents	15	–	15	–	15	20
Non-current programme rights	1	–	1	–	1	13
Other intangible assets	16	7	23	–	23	16
Property, plant and equipment	11	–	11	–	11	20
Loans and other financial assets	–	–	–	–	–	1
Current programme rights	50	–	50	–	50	19
Accounts receivable and other financial assets	33	–	33	–	33	67
Accounts payable	(77)	–	(77)	–	(77)	(108)
Employee benefit obligations	(2)	–	(2)	–	(2)	(3)
Other provisions	–	–	–	–	–	(2)
Interest-bearing loans payable and borrowings	(1)	–	(1)	–	(1)	(20)
Net deferred tax assets (liabilities)	1	(1)	–	–	–	2
Minority interest	(23)	(3)	(26)	10	(16)	(3)
Net assets acquired	24	3	27	10	37	22
Elimination of the contribution of companies previously accounted for using the equity method			(23)	–	(23)	(6)
Goodwill			44	–	44	175
Change in revaluation reserve from gain of control			(3)	–	(3)	–
Negative/(positive) impact in Group equity due to acquisition of minority interest			–	32	32	(1)
Total purchase consideration			45	42	87	190
Less:						
Payments on prior years' acquisitions			5	–	5	–
Deferred payments on acquisitions			(21)	(3)	(24)	(19)
Cash and cash equivalents in operations acquired			(15)	–	(15)	(20)
Cash outflow on acquisitions			14	39**	53	151

* Re-presented (see note 1.2.1.)

** Presented under "Transaction with minority interest" in cash flows from financing activities

5.5.

Assets and liabilities disposed of
Details of net assets disposed of and gain/(loss) on disposal are as follows:

	2009 €m	2008 €m
Disposal proceeds (see note 5.2.)	2	7
Direct costs associated with the disposal of RTL Shop	-	(8)
Net assets disposed of	(1)	(8)
Net gain/(loss) on disposal of subsidiaries and joint ventures (see note 6.3.)	1	(9)

5.6.

Cash inflow/(outflow) on disposals

	2009 €m	2008 €m
Cash and cash equivalents	-	(8)
Goodwill	(2)	-
Loans and other financial assets	-	(2)
Accounts receivable and other financial assets	(1)	-
Assets classified as held for sale	-	(12)
Accounts payable	3	-
Liabilities directly associated with non-current assets classified as held for sale	-	14
Minority interest	(1)	-
Net assets disposed of	(1)	(8)
Total disposal proceeds	2	7
Direct costs associated with the disposal of RTL Shop	-	(8)
Less:		
Payments on prior years' disposals	-	1
Deferred consideration of direct costs associated with the disposal of RTL Shop	-	3
Payments of direct costs associated with the disposal of RTL Shop	(2)	-
Cash and cash equivalents in operations disposed of	-	(8)
Cash inflow/(outflow) on disposals (see note 5.2.)	-	(5)

6. CONSOLIDATED INCOME STATEMENT**6.1.****Revenue**

	2009 €m	%	2008 €m	%
Spot advertising sales	3,127	58	3,439	59
Bartering advertising revenue	52	1	51	1
Other advertising sales	156	3	166	3
Advertising sales, net of agency commission	3,335	62	3,656	63
Net films, programmes and other rights – sold or licensed	1,303	24	1,304	23
Sales of merchandise and consumer services	634	12	658	12
Professional services	138	2	156	2
	5,410	100	5,774	100

6.2.**Other operating expenses**

	Notes	2009 €m	2008 €m
Employee benefits expenses (1)	6.2.1.	905	861
External cost of live programmes (2)		364	351
Intellectual property expenses		227	188
External cost of transmitting		204	204
Consumption of other inventories		194	211
Expenses for subcontract production		179	221
Other marketing, promotion and public relations costs		123	133
Rental costs		85	83
Operating taxes		78	71
Audit, consulting and legal fees (3)		64	58
Marketing and promotion costs – barter		50	43
Repairs and maintenance		47	49
Other distribution expenses		34	35
Commissions on sales		24	25
Administration and sundry expenses		115	152
		2,693	2,685

(1) The net increase mainly results from the changes in consolidation scope (M-RTL, Original Productions and Alpha Media Group). Excluding these entities, the employee benefits expenses in 2009 amount to €858 million.

(2) In 2009, the increase of one-time programme costs primarily relates to provisions for onerous contracts (see note 7.13.). In 2008, Groupe M6 supported one-time costs in respect of Euro 2008. Excluding M-RTL and Alpha Media Group, newly consolidated (see note 5.2.), the external costs of live programmes in 2009 amount to €341 million.

(3) Fees related to KPMG and PricewaterhouseCoopers, the Group's auditors and their affiliates, are set out below:

	2009 €m		2008 €m	
	KPMG	PwC	KPMG	PwC
Audit services pursuant to legislation	1.7	1.6	1.9	1.6
Other audit-related services	0.4	1.0	1.0	1.5
Other services relating to taxation	0.4	0.1	0.3	0.2
	2.5	2.7	3.2	3.3

6.2.1.**Employee benefits expenses**

	2009 €m	2008 €m
Wages and salaries	714	675
Social security costs	151	140
Share options granted to employees	5	7
Pension costs	11	13
Other employee expenses	24	26
	905	861

The amounts set out above exclude personnel costs of €210 million (2008: €214 million), that are capitalised and which represent costs of employees directly allocated to the production of assets.

Pension costs relate to defined contributions for €6 million (2008: €7 million) and defined benefit plans for €5 million (2008: €6 million) (see note 7.14.).

An analysis of the average number of employees for undertakings held by the Group is set out opposite:

	2009	2008
Employees of fully consolidated undertakings	9,811	9,103
Employees of joint ventures	90	88
	9,901	9,191

"Employees of joint ventures" reflects the number of employees based on the Group's ownership in these joint ventures.

Excluding M-RTL, Original Productions and Alpha Media Group, the average number of employees of fully consolidated undertakings is 8,866.

6.3.

Gain/(loss) from sale of subsidiaries, joint ventures and other investments

"Gain/(loss) from sale of subsidiaries, joint ventures and other investments" mainly relates to the following:

2009

- Gain on sale of the investment in the Alpha Radiofoniki SA, Alpha Radiofoniki Kronos SA and Kosmoradiotileoptiki SA subsidiaries: €1 million
- Loss on sale of other investments: €(1) million

2008

- Gain on sale of the investment in the Fremantle Investments Pty subsidiary: €4 million
- Loss on sale of the investment in the RTL Shop subsidiary: €(13) million

6.4.

Net interest income/(expense)

	2009 €m	2008 €m
Interest income on loans and accounts receivable	16	48
Tax-related interest income	4	15
Interest income	20	63
Interest expense on financial liabilities	(16)	(20)
Tax-related interest expense	(7)	(13)
Interest on defined benefit obligation (1)	(5)	(4)
Interest expense on other employee benefit liabilities	(4)	(5)
Interest expense	(32)	(42)
Net interest income/(expense)	(12)	21

(1) Of which (see note 7.14.):
 - Expected return on plan assets: €3 million (2008: €3 million);
 - Unwind of discount on defined benefit obligations: €(8) million (2008: €(7) million)

"Interest income on loans and accounts receivable" includes an amount of €7 million (2008: €23 million)

in respect of deposits to Bertelsmann AG (see note 9.1.).

6.5.

Financial results other than interest

	2009 €m	2008 €m
Impairment losses on available-for-sale investments	(4)	(1)
Cash flow hedges ineffectiveness (see note 3.)	(12)	(9)
Net gain on Canal Plus France (see note 7.5. and 7.8.)	21	20
Net gain/(loss) on other financial instruments at fair value through profit or loss	16	(4)
Other financial results	1	1
	22	7

6.6.

Income tax expense

	2009 €m	2008 €m
Current tax expense	(192)	(195)
Deferred tax expense	(28)	(37)
	(220)	(232)

The income tax on the Group profit before tax differs from the theoretical amount that would arise using the Luxembourg tax rate as follows:

	2009 €m	%	2008 €m	%
Profit before taxes	518		528	
Income tax rate applicable in Luxembourg		28.59		29.63
Tax calculated at domestic tax rate applicable to profits in Luxembourg	148		156	
Effects of tax rate in foreign jurisdictions and German trade tax	44		31	
Tax calculated at domestic tax rate applicable to profits in the respective countries	192	37.1	187	35.4
Change in tax regulation and status	–		3	
Non deductible expenses	77		136	
Tax exempt revenue	(63)		(86)	
Net reduction of deferred tax assets	45		60	
Tax incentives not recognised in the income statement	(13)		(13)	
Effect of tax losses for which no deferred tax assets are recognised	(10)		(24)	
Tax expense before adjustments on prior years	228	44.0	263	49.8
Current tax adjustments on prior years	(8)		(31)	
Income tax expense	220	42.5	232	43.9

Non deductible expenses mainly relate to impairment losses on goodwill of Five Group and Alpha Media Group for a tax effect of €56 million (2008: €108 million; see note 7.2.).

Tax exempt revenue mainly relates to the Commission received in relation to the Compensation Agreement for €45 million (2008: €61 million; see note 9.1.), to capital gains and fair value changes for €10 million (2008: €11 million) and to the share of results of associates for €8 million (2008: €14 million).

Net reduction of deferred tax assets mainly results from the reassessment of the interest income generated by RTL Group SA, primarily due to capitalisation of loans and low interest rates. On this basis, the deferred tax asset in Luxembourg has

been reduced by €40 million to €nil (2008: reduced by €49 million from €89 to 40 million). Subsequently to the impairment test (see note 7.2.) and review of the cash flow projections, the deferred tax asset related to Five Group was fully written off in 2008 (€(14) million).

Tax incentives not recognised in the income statement relate to a permanent difference generated by the amortisation of tax goodwill in Germany.

The current tax adjustments on prior years mainly result from tax final assessments in the Netherlands in 2009 and from tax audits in Germany in 2008.

Effect of tax losses for which no deferred tax are recognised mainly relates to Luxembourg.

6. 7.

Earnings per share

The calculation of basic earnings per share is based on the profit attributable to RTL Group shareholders of €205 million (2008: €194 million) and a weighted average number of ordinary shares outstanding during the year of 153,618,853 (2008: 153,618,853), calculated as follows:

	2009	2008
Profit attributable to RTL Group shareholders (in €million)	204.8	193.7
Weighted average number of ordinary shares:		
Issued ordinary shares at 1 January (note 7.15.1.)	154,787,554	154,787,554
Effect of own shares held (note 7.15.2.)	(1,168,701)	(1,168,701)
Weighted average number of ordinary shares	153,618,853	153,618,853
Basic earnings per share (in €)	1.33	1.26
Diluted earnings per share (in €)	1.33	1.26

For 2009 and 2008, there is no dilutive impact of the share option plan as all options are out of the money.

7 CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION**7.1.****Programme rights, goodwill and other intangible assets**

	(Co-) productions €m	Distribution and broadcasting rights €m	Advance payments and (co-) productions in progress €m	Total programme rights (1) €m	Goodwill* €m	Other intangible assets €m
Cost						
Balance at 1 January 2008	529	857	13	1,399	5,549	550
Effect of movements in foreign exchange	17	6	–	23	(143)	(36)
Additions	4	16	49	69	–	24
Disposals	(7)	(36)	–	(43)	–	(19)
Subsidiaries and joint ventures acquired (2)	–	13	–	13	175	16
Transfers and other changes	3	43	(40)	6	(11)	(24)
Balance at 31 December 2008	546	899	22	1,467	5,570	511
Effect of movements in foreign exchange	(19)	(6)	–	(25)	(3)	1
Additions	8	26	48	82	–	48
Disposals	–	(37)	–	(37)	–	(14)
Gain of control of M-RTL (2)	–	1	–	1	–	23
Subsidiaries and joint ventures acquired (2)	–	–	–	–	44	–
Subsidiaries and joint ventures disposed of	–	–	–	–	(2)	–
Transfers and other changes (3)	2	36	(48)	(10)	(3)	–
Balance at 31 December 2009	537	919	22	1,478	5,606	569
Amortisation and impairment losses						
Balance at 1 January 2008	(520)	(799)	–	(1,319)	(2,402)	(193)
Effects of movements in foreign exchange	(16)	(6)	–	(22)	22	13
Amortisation charge for the year	(7)	(46)	–	(53)	–	(51)
Impairment losses recognised for the year	–	(2)	–	(2)	(364)	(4)
Reduction of goodwill (4)	–	–	–	–	(11)	–
Reversal of impairment	–	1	–	1	–	–
Disposals	7	36	–	43	–	19
Transfers and other changes	–	(6)	–	(6)	10	24
Balance at 31 December 2008	(536)	(822)	–	(1,358)	(2,745)	(192)
Effects of movements in foreign exchange	19	6	–	25	6	(1)
Amortisation charge for the year	(15)	(66)	–	(81)	–	(55)
Impairment losses recognised for the year	–	(1)	–	(1)	(206)	(22)
Reversal of impairment	–	3	–	3	–	–
Disposals	–	37	–	37	–	9
Transfers and other changes	8	(1)	–	7	–	–
Balance at 31 December 2009	(524)	(844)	–	(1,368)	(2,945)	(261)
Carrying amount:						
At 31 December 2008	10	77	22	109	2,825	319
At 31 December 2009	13	75	22	110	2,661	308

* Re-presented (see note 1.2.1.)

(1) Programme rights include internally generated capitalised rights

(2) See notes 5.2., 5.3. and 5.4.

(3) "Transfers and other changes" on goodwill primarily relate to Cyrealis (see note 5.2.)

(4) After completion of purchase accounting, €11 million deferred tax assets previously not recognised and related to tax losses carry forwards were subsequently recognised and realised. As a consequence, goodwill was reduced by the same amount

Other intangible assets include mainly Alpha TV (see note 5.2.), Five, Mistergooddeal, M6 and Radio 538 brands for an amount of €149 million (2008: €154 million) and Alpha Media Group (see note 5.2.), Five Group, Groupe M6 and M-RTL (see note 5.2.) customer relationships of €25 million (2008: €27 million).

The following intangible assets, recognised at fair value at the time of the gain of control by RTL Group, have been impaired in 2009:

- The brand and customer relationships of Alpha Media Group (see note 5.2.), for an amount of €3 million and €1 million, respectively;
- The brand and customer relationships of Five Group for an amount of €8 million and €6 million, respectively.

The M6 brand is considered to have an indefinite useful life and was recognised for an amount of €120 million. At 31 December 2009, an impairment test was performed and did not lead to any impairment.

In determining that the M6 brand has an indefinite useful life, Group Management has considered various factors such as the past and expected longevity of the brand, the impact of possible changes in broadcasting technologies, the impact of possible evolutions of the regulatory environment in the French television industry, the current and expected audience share of the M6 channel and M6 management strategy to maintain and strengthen the trademark M6. Based on the analysis of these factors, management has determined and confirmed at 31 December 2009 that there is no foreseeable limit to the period of time over which the brand M6 is expected to generate cash inflows for the Group.

7.2.

Impairment test for goodwill

Goodwill is allocated to the Group's cash-generating units on the basis of the profit centres (see note 4.) and at the level at which cash inflows are generated.

All profit centres and cash-generating units mainly operate in one country, except FremantleMedia which is considered as a sole cash-generating unit for worldwide operations.

	2009 €m	2008* €m
Mediengruppe RTL Deutschland	869	869
Groupe M6	415	418
FremantleMedia	938	899
RTL Nederland		
Television	124	124
Radio	159	159
Five Group	-	132
RTL Belgium	31	31
French radio	65	65
Other segments		
Alpha Media Group	49	117
German radio	11	11
Total goodwill on cash-generating units	2,661	2,825

* Re-presented (see note 1.2.1.)

Goodwill is tested for impairment annually, as of 31 December or whenever changes in circumstances indicate that the carrying amount may not be recoverable.

The recoverable amount of a cash-generating unit ("CGU") has been determined on the basis of the higher of its value in use and its fair value less costs to sell:

- The value in use is determined on the basis of cash flows excluding estimated future cash inflows or outflows expected to arise from future restructurings and from improving or enhancing the CGU's performance unless the cash-generating unit is committed at year end to the restructuring, and related provisions have been made. Furthermore, the discount rate is closely linked to Group parameters (mainly size and credit premium and gearing ratio);
- Fair value less costs to sell is the amount obtainable from the sale of a CGU in an arm's length transaction between knowledgeable, willing parties, less the costs of disposal. The hierarchy of sources for determining a "fair value less costs to sell" is:
 - A binding arm's length sales agreement;
 - An active trading market for the CGU; or
 - Best information available.

The Group supports its fair values less costs to sell on the basis of a discounted cash flow ("DCF") model to the extent that it would reflect the value that "any market participant" would be ready to pay in an arm's length transaction. Differently from the "value in use" approach which reflects the perspective of the Group for a long-term use of the CGU, a "fair value less costs to sell" model would include future cash flows expected to arise from restructuring plans and future investments, as all rational market participants would be expected to undertake these restructurings and investments in order to extract the best value from the acquisition. Furthermore, the discount rate in a "fair value less costs to sell" model is calculated based on a market approach and most of the parameters used are derived from market sources. The latter approach was used by the Group in determining the recoverable amount of Five Group and Alpha Media Group cash-generating units at 30 June 2009 (2008: Five Group).

Cash flow projections are based on financial budgets approved by management covering a three-year period. Cash flows beyond the three-year period for up to ten years are prepared using the estimated growth rates and other key drivers including audience and advertising market shares, the EBITA margin and cash conversion rates based on past performance and expectations of market development. Cash flows beyond the ten-year period are extrapolated using the estimated perpetual growth rates and the discount rates stated below.

The perpetual growth rates used are consistent with the forecasts included in industry reports. The discount rates have been determined, CGU by CGU, in order to reflect, where appropriate, the following factors:

- Country risk;
- Relative size;
- Credit spread due to the financial situation; and
- Gearing ratio of the CGU.

	2009		2008	
	Perpetual growth rate % a year	Discount rate %	Perpetual growth rate % a year	Discount rate %
Cash-generating units				
Mediengruppe RTL Deutschland	2.5	8.2	2.5	8.2
Groupe M6	3.0	8.2	3.0	8.2
FremantleMedia	3.0	8.6	3.0	8.6
RTL Nederland				
Television	2.5	8.2	2.5	8.2
Radio	2.5	8.7	2.5	8.7
Five Group	3.0	9.2	3.0	9.2
RTL Belgium	2.5	8.2 and 8.6 (1)	2.5	8.2 and 8.6
French radio	2.5	8.6	2.5	8.6
Other segments				
Alpha Media Group	3.0	9.5 and 9.1 (2)	3.0	9.0
German radio	2.5	8.9	2.0	8.5

(1) For television and radio, respectively

(2) At 30 June and 31 December 2009, respectively

Management consider that, at 31 December 2009, no reasonably possible change in the market shares, margin and cash conversion rates would reduce the headroom between the recoverable amounts and the carrying values of most of the cash-generating units, RTL Nederland radio and German radio excepted. If the estimated revenue growth for 2010 and each of the following years had been reduced by 1 per cent, RTL Group would have recognised an impairment loss against goodwill of €8 million and €8 million, respectively. Concerning Alpha Media Group, an increase in the discount rate of 1 per cent combined with a decrease of 1 per cent in the estimated revenue growth for 2010 and each of the following years would have led to an additional impairment loss against goodwill of €6 million.

2009

Impairment losses on goodwill were recorded for an amount of €206 million.

An impairment loss amounting to €140 million was recognised at 30 June 2009 against the carrying value of Five Group and the goodwill reduced to nil. This reflected the worsening of both the advertising market and Five's share of the market. The "fair value less costs to sell" approach was retained, by factoring the costs and the benefits of the contemplated restructuring programme and using a discount rate of 9.2 per cent.

Intangible assets recorded at fair value upon gain of control of Five Group have been impaired for an amount of €14 million (see note 7.1.).

An impairment loss amounting to €70 million was recognised at 30 June 2009 against the carrying value of Alpha Media Group's assets. A much weaker Greek advertising market, when compared to the original business plan, resulted in a significant under-performance. A cost reduction programme, including a first voluntary leave programme, was initiated during the first half-year 2009; this was not sufficient to compensate a significant decline in revenue. The "fair value less costs to sell" approach was retained at 30 June 2009, by factoring the costs and the benefits of the contemplated restructuring programme and using a discount rate of 9.5 per cent. Based on the above and on the basis of revised cash flow projections, the impairment losses of an amount of €70 million were fully allocated to the provisional goodwill at 30 June 2009. As a consequence of the completion of the fair value exercise during the second half-year 2009, the impairment of €70 million was partly reallocated at 31 December 2009 to the fair value recognised on intangible assets (see note 7.1.). €66 million impairment losses remained allocated to goodwill. As the restructuring plan has been implemented in 2009, "value in use" has been retained at 31 December 2009 using a discount rate of 9.1 per cent.

2008

Impairment losses on goodwill were recorded at 31 December 2008 for an amount of €364 million.

An impairment amounting to €337 million was recognised against the carrying value of Five Group and reflected the following:

- A significant slowdown in television advertising growth rates in the short-term;
- Weaker audience share development in an increasingly fragmented UK television market, affecting all established broadcasters.

The "fair value less costs to sell" approach was retained, by factoring the costs and the benefits of the contemplated restructuring programme and using a discount rate of 9.2 per cent.

Based on the above and on the basis of revised cash flow projections, an impairment loss was recorded at 31 December 2008 which was fully allocated to goodwill.

An impairment was also recorded against the Group's wholly owned German radio activities (€26 million). Value in use was retained for the purpose of the impairment test. This impairment on goodwill reflected the following:

- A weaker German radio advertising market environment;
- Continued structural issues reflecting the lack of a nationwide radio market.

Another impairment on goodwill for an amount of €1 million was recognised on the cash-generating unit Groupe M6.

7.3. Property, plant and equipment

	Land, buildings and improvements €m	Technical equipment €m	Other €m	Total €m
Cost				
Balance at 1 January 2008	435	317	179	931
Effect of movements in foreign exchange	(7)	(2)	(5)	(14)
Additions	6	24	31	61
Disposals	(23)	(38)	(14)	(75)
Subsidiaries and joint ventures acquired (1)	11	7	2	20
Balance at 31 December 2008	422	308	193	923
Effect of movements in foreign exchange	1	1	–	2
Additions	2	18	49	69
Disposals	(1)	(27)	(9)	(37)
Gain of control of M-RTL (1)	1	7	1	9
Subsidiaries and joint ventures acquired (1)	–	2	–	2
Transfers and other changes	5	1	(6)	–
Balance at 31 December 2009	430	310	228	968
Depreciation and impairment losses				
Balance at 1 January 2008	(212)	(255)	(123)	(590)
Effect of movements in foreign exchange	3	1	4	8
Depreciation charge for the year	(16)	(25)	(19)	(60)
Impairment losses reversed for the year	–	(3)	–	(3)
Disposals	19	37	13	69
Balance at 31 December 2008	(206)	(245)	(125)	(576)
Depreciation charge for the year	(15)	(24)	(21)	(60)
Impairment losses recognised for the year	–	–	(2)	(2)
Disposals	–	25	9	34
Transfers and other changes	(1)	–	1	–
Balance at 31 December 2009	(222)	(244)	(138)	(604)
Carrying amount:				
At 31 December 2008	216	63	68	347
At 31 December 2009	208	66	90	364

(1) See note 5.2.

Net tangible assets held under finance leases at 31 December 2009 amount to €12 million (2008: €14 million).

7.4.**Investments
in associates**

	2009 €m	2008 €m
Balance at 1 January	442	466
Effect of movements in foreign exchange	(14)	(6)
Share of results of associates	25	34
Dividend distribution	(28)	(50)
Change in ownership interest	(10)	(1)
Transfers and other changes	1	(1)
Balance at 31 December	416	442

"Investments in associates" at 31 December 2009 includes goodwill of €303 million (2008: €314 million), of which €195 million relates to Antena 3 De Television Group.

"Change in ownership interest" mainly relates in 2009 to M-RTL gain of control (see note 5.2.), the disposal of Pages Jaunes Petites Annonces €(6) million and acquisitions in content business.

**Share of results of
associates:**

	2009 €m	2008 €m
Share of result after tax	26	46
Impairment of investments in associates	(1)	(12)
	25	34

Antena 3 De Television Group, RTL II and M-RTL (see note 5.2.) contributed in 2009 to the "Share of results of associates" for €13, €9 and €(2) million, respectively (2008: €19, €12 and €10 million, respectively).

An impairment loss of €1 million, related to the associate RTL 9, has been recognised in 2009 (2008: German radio and Pages Jaunes Petites Annonces associates for €8 million and €4 million, respectively).

**The impacts of
acquisitions of associates
state as follows:**

	2009 €m	2008 €m
Purchase consideration:		
- Cash paid	3	15
- Net assets contributed	1	-
- Deferred payments on acquisitions	15	-
Total purchase consideration	19	15
Less fair value of net assets acquired	(11)	(3)
Goodwill on acquisitions of associates	8	12

	2009 €m	2008 €m
Investments in associates	11	3
Net assets acquired	11	3
Goodwill on acquisitions of associates	8	12
Total purchase consideration	19	15
Less:		
- Net assets contributed	(1)	-
- Deferred payments on acquisitions	(15)	-
Cash outflow on acquisitions of associates	3	15

Details of disposals of associates are as follows:

	2009 €m	2008 €m
Disposal proceeds	7	-
Assets disposed of	(7)	-
Net profit on disposals of associates	-	-

	2009 €m	2008 €m
Investments in associates	(7)	-
Assets classified as held for sale	-	-
Net assets disposed	(7)	-
Total disposal proceeds	7	-
Cash inflow on disposals of associates	7	-

The summarised financial information on the main associates of the Group, on a 100 per cent basis, is as follows:

2009	Country of incorporation	Assets €m	Liabilities €m	Equity €m	Revenue €m	Profit for the year €m	Interest held %
Antena 3 De Television Group	Spain	796	531	265	650	61	21.5
Ren TV Group	Russia	118	73	45	85	1	30.0
RTL 2 GmbH & Co. KG	Germany	91	56	35	259	27	35.8

2008	Country of incorporation	Assets €m	Liabilities €m	Equity €m	Revenue €m	Profit for the year €m	Interest held %
Antena 3 De Television Group	Spain	828	578	250	767	91	21.2
M-RTL	Hungary	109	55	54	142	20	48.8
Ren TV Group	Russia	147	99	48	132	14	30.0
RTL 2 GmbH & Co. KG	Germany	107	64	43	285	35	35.8

Based on the published share price at 31 December 2009, the market capitalisation of 100 per cent of Antena 3 De Television Group amounts to €1,642 million (2008: €906 million).

7.5.**Loans and other financial assets**

	2009 €m	2008 €m
Available-for-sale investments (see note 7.15.5.)	111	97
Canal Plus France	-	363
Surplus of the defined benefit plans (see note 7.14.)	3	-
Loans and other financial assets	151	129
	265	589

No reversal of impairment losses was recorded in 2009 and 2008.

In the fourth quarter of 2006, the Group via Groupe M6 disposed of its holding of 34 per cent in TPS and recognised as consideration an investment of 5.1 per cent in Canal Plus France plus a put option exercisable in February 2010. The put option grants Groupe M6 the ability to dispose of all of its Canal Plus France shares at the higher value of €384 million (basis: February 2010) or a price determined by external experts. Upon initial recognition, RTL Group elected to designate the combination of the investment of 5.1

per cent in Canal Plus France and the put option as an hybrid financial instrument recorded at fair value through profit or loss. At 31 December 2008, the fair value of this hybrid instrument was determined based on the floor price of €384 million discounted at the risk-free rate, and amounted to €363 million.

The hybrid financial instrument has been reclassified in 2009 to current "Accounts receivable and other financial assets" (see note 7.8.).

**The movements
in available-for-sale
investments
are as follows:**

	2009 €m	2008 €m
Balance at 1 January	97	87
Net acquisitions and disposals	1	16
Change in fair value, net of tax	15	(6)
Impairment losses	(1)	-
Other changes	(1)	-
Balance at 31 December	111	97

7.6.

**Deferred tax assets
and liabilities**

* Re-presented (see note 1.2.1.)

(1) Of which:

- €(1) million (2008: €(4) million)
related to derivatives on equity
instruments;
- €1 million (2008: €4 million)
related to share options granted
to employees;
- €7 million (2008: €(9) million)
related to effective portion
of changes in fair value of cash
flow hedges;
- €(1) million (2008: €(6) million)
related to change in fair value of
cash flow hedges transferred to
profit or loss; and
- €2 million (2008: €(1) million)
related to defined benefit plan
actuarial gains/(losses).

	2009 €m	2008* €m
Deferred tax assets	465	513
Deferred tax liabilities	(58)	(86)
	407	427

	2009 €m	2008* €m
Balance at 1 January	427	476
Income tax expense	(28)	(37)
Income tax credited/(charged) to equity (1)	8	(16)
Change in consolidation scope	-	4
Balance at 31 December	407	427

The Group has deductible temporary differences originating from an intra-group transaction which will mainly reverse during the next ten years.

Unrecognised deferred tax assets amount to €1,689 million at 31 December 2009 (2008: €1,633 million). Deferred tax assets are recognised on tax losses carry

forwards to the extent that realisation of the related tax benefit through the future taxable profits are probable. The Group has unrecognised tax losses of €5,938 million (2008: €5,692 million) to carry forward against future taxable income. The most significant portion of these tax losses is generated in Luxembourg and has no expiry date.

**The movement in
deferred tax assets and
liabilities during
the year is as follows:**

	Balance at 1 January 2009* €m	(Charged)/ credited to income statement €m	Credited to equity €m	Change in consolidation scope €m	Transfers and other changes €m	Balance at 31 December 2009 €m
Deferred tax assets						
Intangible assets	280	(31)	-	1	-	250
Programme rights	82	33	-	-	(1)	114
Property, plant and equipment	2	-	-	-	-	2
Provisions	50	21	1	-	-	72
Tax losses (see note 6.6.)	115	(51)	-	-	-	64
Others	20	2	6	1	-	29
Set off of tax	(36)	-	-	-	(30)	(66)
	513	(26)	7	2	(31)	465

	Balance at 1 January 2009* €m	(Charged)/ credited to income statement €m	Credited to equity €m	Change in consolidation scope €m	Transfers and other changes €m	Balance at 31 December 2009 €m
Deferred tax liabilities						
Intangible assets	(85)	7	-	(1)	-	(79)
Property, plant and equipment	(18)	1	-	(1)	-	(18)
Provisions	(4)	(1)	-	-	-	(5)
Others	(15)	(9)	1	-	1	(22)
Set off of tax	36	-	-	-	30	66
	(86)	(2)	1	(2)	31	(58)

* Re-presented (see note 1.2.1.)

7.7.

Current
programme rights

	Gross value €m	2009 Valuation allowance €m	Net value €m	Gross value €m	2008 Valuation allowance €m	Net value €m
(Co-)productions	344	(307)	37	369	(300)	69
TV programmes	67	-	67	73	-	73
Other distribution and broadcasting rights	1,012	(255)	757	948	(213)	735
Sub-total programme rights	1,423	(562)	861	1,390	(513)	877
(Co-)productions and programmes in progress	135	(3)	132	135	(8)	127
Advance, payments on (co-)productions, programmes and rights	154	-	154	133	-	133
Sub-total programme rights in progress	289	(3)	286	268	(8)	260
	1,712	(565)	1,147	1,658	(521)	1,137

Additions and reversals of valuation allowance have been recorded for €(103) million and €37 million respectively in 2009 (2008: €(81) million and €39 million respectively).

7.8.

Accounts receivable and
other financial assets

	Under 1 year €m	2009 Over 1 year €m	Total €m	Under 1 year €m	2008 Over 1 year €m	Total €m
Trade accounts receivable	925	4	929	902	5	907
Accounts receivable from associates	30	-	30	25	-	25
Prepaid expenses	126	-	126	85	27	112
Fair value of derivative assets	31	-	31	104	-	104
Current deposit with shareholder (see note 9.1.)	542	-	542	602	-	602
Canal Plus France	384	-	384	-	-	-
Other current financial assets	8	-	8	47	-	47
Account receivable from shareholder in relation with PLP agreement (see note 9.1.)	323	-	323	237	-	237
Other accounts receivable	109	4	113	118	2	120
	2,478	8	2,486	2,120	34	2,154

Additions and reversals of valuation allowance have been recorded for €(35) million and €21 million respectively in 2009 (2008: €(26) million and €18 million respectively).

The hybrid financial instrument Canal Plus France has been reclassified in 2009 from non-current "Loans and other financial assets" for an amount of €363 million (see note 7.5.). At 31 December 2009, the fair value of the hybrid instrument has been

consistently determined based on the discounted floor price of €384 million, as there is no indication that a valuation at 31 December 2009 would significantly differ from the fair value determined on this basis. The change in fair value of this instrument, only resulting from the discount for the period, is recognised in "Financial results other than interest" for an amount of €21 million for the year ended 31 December 2009 (31 December 2008: €20 million) (see note 6.5.).

7.9.**Cash and cash equivalents**

	2009 €m	2008 €m
Cash in hand and at bank	145	126
Fixed term deposits (under three months)	58	35
Other cash equivalents	192	222
	395	383

"Other cash equivalents" include money market funds for €192 million (2008: €222 million).

The current deposit with shareholder is presented in accounts receivable (see note 7.8.).

7.10.**Assets classified as held for sale and liabilities directly associated with non-current assets classified as held for sale**

Non-current assets classified as held for sale: Disposal Group held for sale	2009 €m	2008 €m
Deferred tax assets	1	–
Programme rights	12	–
Other inventories	2	–
Accounts receivable and other financial assets	12	–
Impairment on disposal group	(4)	–
	23	–

Liabilities directly associated with non-current assets classified as held for sale	2009 €m	2008 €m
Accounts payable	10	–
	10	–

The carrying amount of the disposal group is €13 million at 31 December 2009 (2008: €nil).

7.11.**Loans and bank overdrafts**

Current liabilities	2009 €m	2008 €m	Non-current liabilities	2009 €m	2008 €m
Bank overdrafts	5	6	Bank loans payable	61	72
Bank loans payable (1)	44	7	Leasing liabilities	10	13
Leasing liabilities	2	3	Other non-current loans payable	10	8
Other current loans payable	24	2		81	93
	75	18			

(1) Mainly relate to Alpha Media Group for €35 million (2008: €1 million)

Term and debt repayment schedule

	Under 1 year €m	1–5 years €m	Over 5 years €m	Total carrying amount €m
2009				
Bank overdraft	5	–	–	5
Bank loans payable	44	61	–	105
Leasing liabilities	2	10	–	12
Other loans payable	24	10	–	34
	75	81	–	156
2008				
Bank overdraft	6	–	–	6
Bank loans payable	7	72	–	79
Leasing liabilities	3	13	–	16
Other loans payable	2	7	1	10
	18	92	1	111

7. 12.

Accounts payable

Current accounts payable	2009 €m	2008 €m
Trade accounts payable	1,072	1,162
Amounts due to associates	22	13
Employee benefits liability	134	95
Deferred income	111	96
Social security and other taxes payable	67	70
Fair value of derivative liabilities	34	41
Account payable to shareholder in relation with PLP agreement (see note 9.1.)	368	298
Other accounts payable	356	333
	2,164	2,108

Non-current accounts payable	2009			2008		
	1-5 years €m	Over 5 years €m	Total €m	1-5 years €m	Over 5 years €m	Total €m
Trade accounts payable	65	9	74	50	11	61
Employee benefits liability	2	114	116	2	97	99
Deferred income	4	–	4	–	–	–
Social security and other taxes payable	3	–	3	2	–	2
Other accounts payable	92	43	135	91	41	132
	166	166	332	145	149	294

7. 13.

Provisions

	Post employ- ment benefits €m	Litigations €m	Restructuring €m	Onerous contracts €m	Other provisions €m	Total €m
Balance at 1 January 2009	79	68	24	54	31	256
Provisions made during the year	17	25	6	96	18	162
Provisions used during the year	(14)	(16)	(13)	(30)	(3)	(76)
Provisions reversed during the year	(1)	(17)	(3)	(5)	(11)	(37)
Actuarial gains recognised in equity	7	–	–	–	–	7
Other changes	–	1	–	(1)	2	2
Balance at 31 December 2009	88	61	14	114	37	314

	2009 €m	2008 €m
Current	183	135
Non-current	131	121
	314	256

The provisions mainly relate to the following:

- "Post-employment benefits" comprise provisions for defined benefit obligations for €87 million (2008: €78 million) (see note 7.14.) and provision for other employee benefits for €1 million (2008: €1 million);
- "Litigations" include provisions made by Groupe M6 for €29 million (2008: €28 million), Medien-gruppe RTL Deutschland for €14 million (2008: €9 million), FremantleMedia for €7 million (2008: €3 million) and other risks related to different ongoing disputes;
- "Onerous contracts" mainly comprise provisions made by Mediengruppe RTL Deutschland for €83 million (2008: €28 million) and €28 million by Groupe M6 (2008: €15 million) in relation to the

supply of programmes, mostly sport. Out of €96 million of provisions recorded during the year, €65 million were charged to profit or loss as a result of the significant decline in the advertising market over the life of several sports rights contracts. The single most significant charge of €53 million relates to the Formula 1 contract for the German territory which runs until the end of 2011. Would the expected downturn in advertising income not materialise to the extent assessed by the management, the balance of the onerous contracts provision in the next financial year might be adjusted;

- "Other provisions" primarily include provisions made by Groupe M6 for €28 million (2008: €15 million) and FremantleMedia for €5 million (2008: €11 million).

"Other changes" are due to reclassifications under "Accounts payable".

7.14.

Post-employment benefits

RTL Group operates or participates in a number of defined benefit and defined contribution plans throughout Europe. These plans have been set up and are operated in accordance with national laws and regulations. A description of the principal defined benefit plans of the Group is given below:

Belgium

Employees of RTL Belgium participate in a defined benefit plan insured with the insurance company AXA, which provides pension benefits to members and their dependants on retirement and death. The assets of the insurance contract are not segregated but mutualised within the global assets of the Company ("Branche 21"). A guaranteed interest rate is provided by AXA.

France

Groupe M6, Ediradio, ID and IP France operate retirement indemnity plans, which, by law, provide lump sums to employees on retirement. The lump sums are based on service and salary at the date of termination of employment in accordance with the applicable collective agreement. The Ediradio and ID retirement indemnity plan is partly funded by an insurance contract with AXA. Ediradio also participates in a defined benefit plan which provides pension benefits to members on retirement. This plan is partly funded by an insurance contract with AXA. The assets of the insurance contract are not segregated but mutualised within the global assets of the Company. A guaranteed interest rate is provided by AXA.

Germany

Employees of UFA Berlin Group (including UFA Fernsehproduktion, UFA Entertainment, UFA Film & TV Produktion), Universum Film, UFA Film & Fernsehen and RTL Group Deutschland participate in the multi-employer Bertelsmann plan. The plan is unfunded

and defined benefit in nature. Each employer which participates in this plan has separately identifiable liabilities.

RTL Television, AVE Hörfunkbeteiligung and IP Deutschland operate their own retirement arrangements. IP Deutschland sponsors individual plans for five employees and former employees providing defined pension benefits to each employee at retirement.

RTL Television sponsors individual plans for two employees and a former employee providing defined pension benefits to each employee at retirement. In addition, a number of employees participate in a support fund providing pension benefits to members and their dependants on retirement and death.

The plan of RTL Television is partly funded by a life insurance contract with AXA. The assets of the insurance contract are not segregated but mutualised within the global assets of the insurance company. A guaranteed interest rate is provided by AXA.

Luxembourg

Employees of CLT-UFA, RTL Group and Broadcasting Center Europe participate in a defined benefit plan, which provides pension benefits to members and their dependants on retirement, death and disability. CLT-UFA, RTL Group and Broadcasting Center Europe set up provisions for the unfunded retirement benefit plan. Death and disability are insured with Fortis Luxembourg-Vie.

United Kingdom

FremantleMedia Group Limited is the principal employer of the Fremantle Group Pension Plan ("the Fremantle Plan"), which was established on 29 December 2000 and was, prior to 1 September 2005, known as the RTL Group UK Pension Plan. The Fremantle Plan provides both defined benefit and defined contribution benefits. The plan assets hold assets for both sections of the plan and are mainly composed of equity instruments.

The amounts recognised in the statement of financial position are determined as follows:

	2009 €m	2008 €m
Present value of funded obligations	84	68
Fair value of plan assets	(66)	(52)
	18	16
Present value of unfunded obligations	66	62
Net liability	84	78
Assets (see note 7.5)	3	-
Provisions (see note 7.13)	87	78
Experience adjustments on assets (gains)/losses	6	(11)
Experience adjustments on provisions gains	(2)	(4)

The movement in the present value of funded/unfunded defined benefit obligation over the year is as follows:

	2009 €m	2008 €m
Balance at 1 January	130	142
Current service cost (see note 6.2.1.)	6	7
Interest cost	8	7
Actuarial (gains)/losses	11	(15)
Employee contributions	1	2
Benefits paid by employer	(3)	(4)
Benefits paid out of the plan assets	(2)	(2)
Settlements and curtailments	(1)	(1)
Foreign exchange differences	-	(9)
Others	-	3
Balance at 31 December	150	130

The movement in the fair value of plan assets of the year is as follows:

	2009 €m	2008 €m
Balance at 1 January	52	63
Expected return on plan assets	3	3
Actuarial gains/(losses)	4	(11)
Employer contributions	7	5
Employee contributions	1	2
Benefits paid out of the plan assets	(2)	(2)
Foreign exchange differences	1	(8)
Balance at 31 December	66	52

Plan assets are comprised as follows:

	2009 €m	2008 €m
Equity instruments	44	34
Debt instruments	18	13
Property	2	2
Other	2	3
Fair value of any plan assets	66	52

The actual return on plan assets was €7 million (2008: €(8) million).

Expected contributions to post-employment benefit plans for the year ending 31 December 2010 are €5 million.

The amounts recognised in the income statement are as follows:

	2009 €m	2008 €m
Current service cost	6	7
Settlements and curtailments	(1)	(1)
Total included in employee benefits expenses (see note 6.2.1.)	5	6

	2009 €m	2008 €m
Interest cost	8	7
Expected return on plan assets	(3)	(3)
Total included in net interest expense (see note 6.4.)	5	4

The cumulated amount of the actuarial losses recognised in equity at 31 December 2009 is €(8) million (2008: €(1) million).

The principal actuarial assumptions used were as follows:

	2009 % a year	2008 % a year
Discount rate	5.30–5.90	5.70–6.00
Expected return on plan assets	3.50–5.90	3.50–6.80
Long-term inflation rate	1.80–3.50	1.80–2.90
Future salary increases	2.25–5.00	2.50–4.50
Future pension increases	1.80–3.35	1.90–2.85

7.15.

Equity

7.15.1.

Share capital

At 31 December 2009, the subscribed capital amounts to €192 million (2008: €192 million) and is represented by 154,787,554 (2008: 154,787,554) fully paid-up ordinary shares, without nominal value. All shares have the same rights and entitlements.

7.15.2.

Treasury shares

The reserve for the Company's own shares comprises the cost of the Company's shares held by the Group. At 31 December 2009, the Group holds 1,168,701 own shares (2008: 1,168,701) at a cost of €44 million (2008: €44 million).

7.15.3.

Currency translation reserve

The currency translation reserve comprises all foreign exchange differences arising from the translation of the financial statements of foreign operation, reserves on associates for foreign exchange translation differences and cash flow hedging, as well as loans designated to form part of the Group's net investment in specific undertakings as repayment of those loans is not anticipated within the foreseeable future.

7.15.4.

Hedging reserve

The hedging reserve (equity attributable to minority interest included) comprises the effective portion of the cumulative net change in the fair value of cash flow hedging instruments related to hedged transactions that have not yet occurred.

Between 31 December 2008 and 31 December 2009, the hedging reserve decreased by €(16) million before tax effect. This consists of:

- Decrease by €(1) million due to foreign exchange contracts which existed at 2008 year end and which are still hedging off-balance sheet commitments at 31 December 2009;
- Decrease by €(9) million due to foreign exchange contracts which existed at 2008 year end but which have been released in 2009 from the hedging reserve to income statement;

- Decrease by €(6) million due to foreign exchange contracts hedging new off-balance sheet commitments.

Between 31 December 2007 and 31 December 2008, the hedging reserve increased by €76 million before tax effect. This reflected:

- Increase by €27 million due to foreign exchange contracts which existed at 2007 year end and which were still hedging off-balance sheet commitments at 31 December 2008;
- Increase by €28 million due to foreign exchange contracts which existed at 2007 year end but which were released in 2008 from the hedging reserve to income statement;
- Increase by €21 million due to foreign exchange contracts hedging new off-balance sheet commitments.

7.15.5.

Revaluation reserve

The revaluation reserve includes:

- The cumulative net change in the fair value of available-for-sale investments (see note 7.5.) until the investment is derecognised or impaired for €43 million (2008: €28 million);
- The cumulative increase in the fair value of the intangible assets and property, plant and equipment following the gains of control of Groupe M6 and M-RTL (see note 5.2.), and the acquisition of associates achieved in stages (2009: €54 million; 2008: €51 million).

7.15.6.

Dividends

At the Annual General Meeting of RTL Group SA on 21 April 2010, a dividend in respect of 2009 of €3.5 per share is to be proposed. These financial statements do not reflect the final proposed dividend payable, which will be accounted for as an appropriation of retained earnings in 2010. The dividends in respect of 2008 amounted to €3.5 per share (of which an extraordinary dividend of €2.1 per share) or €541 million.

RTL Group's dividend policy is to distribute at least an ordinary dividend of between 35 and 50 per cent of the ordinary earnings.

7.15.7.**Share options****RTL Group Share Option Plan**

On 25 July 2000, the Group established a share option programme for certain directors and employees.

Eligibility

All participants in the Stock Option Plan ("SOP") must be employed by RTL Group or one of its subsidiaries at the time of granting the options under the SOP.

Grant

The number of options granted to a participant under the SOP is at the discretion of the Compensation Committee, being the Board of Directors of the Company or a duly constituted committee thereof, established, among other things, for the purpose of operating the SOP. Participants may renounce options granted to them. Participants will not be required to pay any sum in respect of the grant of any options to them under the SOP.

Scheme limits

The number of ordinary shares, which may be placed under option under the SOP in any year, may not be more than a half per cent of the Company's issued ordinary share capital.

Exercise price

The exercise price to be paid by a participant in order to exercise options which are granted under the SOP will be the average closing middle market price of shares in the Company on the Brussels Stock Exchange over 20 dealing days preceding the date of grant or such other, higher or lower, amount as determined by the compensation committee.

Exercise

Options will normally be exercisable as to one third on each of the second, third and fourth anniversaries of the date of grant or in accordance with such other vesting schedule as determined by the compensation committee. Options must normally be exercised before the expiry of ten years from the date of grant or such shorter period as determined by the compensation committee. Options may be exercised earlier in the event of death.

Share options outstanding (in thousands) at the end of the year have the following terms:

Expiry date	Exercise price €	Number of options 2009	Number of options 2008
August 2010	120.00	6	6
December 2010	85.24	118	123
May 2011	85.24	1	1
		125	130

Movements in the number of share options are as follows:

In thousands of options	Average exercise price in € per share	2009	Average exercise price in € per share	2008
Options outstanding at the beginning of the year	87	130	87	139
Options expired/cancelled during the year	85	(5)	85	(9)
Options outstanding at the end of the year	87	125	87	130

The market price of RTL Group shares on the Brussels Stock Exchange was €47.0 at 31 December 2009 (€42.5 at 31 December 2008).

Groupe M6 Share Option Plan

Groupe M6 has established employee share option plans open to directors and certain employees within the group. The number of options granted to participants is approved by the Supervisory Board of Métropole Télévision SA in accordance with the authorisation given by the General Meeting of Shareholders.

The terms and conditions of the grants are as follows, whereby all options are settled by physical delivery of shares:

(1) Contractual life of options corresponds to the vesting period (i.e. four years) plus three years (which represents the time frame during which the options can be exercised)

(*) The maximum number of free shares granted if the performance conditions are significantly exceeded would amount to 456,705. This figure could be reduced to nil if objectives are not met

Grant date	Number of options initially granted (in thousands)	Remaining options (in thousands)	Vesting conditions	Contractual life of options (1)
Share options plans				
06-2002	710.50	–	4 years of service	7 years
07-2003	713.50	421.00	4 years of service	7 years
11-2003	20.00	20.00	4 years of service	7 years
04-2004	861.50	527.00	4 years of service	7 years
06-2005	635.50	421.50	4 years of service	7 years
06-2006	736.75	504.25	4 years of service	7 years
05-2007	827.50	651.50	4 years of service	7 years
05-2008	883.83	793.73	4 years of service	7 years
Free shares plans				
05-2007 (*)	188.30	–	2 years of service + performance conditions	
05-2008 (*)	280.72	200.76	2 years of service + performance conditions	
07-2009 (*)	346.70	344.20	2 years of service + performance conditions	
12-2009 (*)	45.65	45.65	2 years of service + performance conditions	
Total	6,250.45	3,929.59		

The price to be paid to exercise each of the remaining options is the average value of shares in Métropole Télévision on the Paris Stock Exchange over the 20 trading days preceding the date of grant with the exception of the management free share allocation plan.

Movements in the number of share options are as follows:

In thousands of options	Average exercise price in € per share	2009	Average exercise price in € per share	2008
Options outstanding at the beginning of the year	23	4,083	25	3,791
Options issued during the year	–	–	25	884
Options exercised during the year	–	–	–	–
Options expired during the year	25	(744)	28	(592)
Options outstanding at the end of the year	22	3,339	23	4,083

Approximately 591,000 free shares are still exercisable at the end of the year against 448,000 at the beginning of the year. 393,000 free shares were granted during the year, with 112,000 being exercised and 138,000 being forfeited.

Shares options outstanding (in thousands) at the end of the year have the following terms:

	Expiry date	Exercise price in €	Number of options 2009	Number of options 2008
Share options plans				
	2009	28.06	-	393
	2010	22.53	441	477
	2011	24.97	527	567
	2012	19.94	421	459
	2013	24.60	504	584
	2014	27.52	652	732
	2015	14.73	794	871
			3,339	4,083
Free shares plans				
	2009		-	171
	2010		201	277
	2011		390	-
			591	448
Total			3,930	4,531
Out of which exercisable			1,943	1,401

The market price of Métropole Télévision shares on the Paris Stock Exchange was € 17.97 at 31 December 2009 (€ 13.85 at 31 December 2008).

The fair value of services received in return for share options granted is measured by reference to the fair value of the share options granted. The estimate of fair value of the services received is measured based on a binomial model. Free shares are valued at the share price at the date they are granted less the discounted dividends that employees cannot receive during the vesting period.

Grant date	Share price in €	Strike price in €	Volatility %	Risk-free interest rate % a year	Expected return % a year	Liquidity discount % a year	Option life	Employee expense 2009 €m	Employee expense 2008 €m
Share options plans:									
28/04/2004	24.97	24.97	52.3	3.32	4.34	15	6 years	-	(0.8)
02/06/2005	20.17	19.94	41.8	3.24	5.24	15	6 years	0.2	0.4
06/06/2006	24.63	24.60	43.1	4.02	3.81	15	6 years	0.9	1.1
02/05/2007	26.55	27.52	37.8	4.40	3.99	15	6 years	1.3	1.3
06/05/2008	15.22	14.73	40.0	4.39	6.30	15	6 years	0.7	0.4
								3.1	2.4
Free shares plans:									
06/06/2006	24.63	n.a.	n.a.	4.02	3.81	-	2 years	-	1.7
02/05/2007	26.55	n.a.	n.a.	4.40	3.99	15	2 years	(0.6)	1.7
06/05/2008	15.22	n.a.	n.a.	4.39	6.30	15	2 years	1.4	1.1
28/07/2009	13.00	n.a.	n.a.	2.49	4.90	15	2 years	0.8	-
23/12/2009	18.02	n.a.	n.a.	1.42	4.01	15	2 years	-	-
								1.6	4.5
Total								4.7	6.9

7.15.8.**Transactions on minority interest**

These transactions mainly relate to:

2009

- M-RTL: see note 5.2.;
- The non-controlling shareholders of Alpha Media Group have subscribed for €7 million to capital increases and indirectly benefited from capital increases unilaterally subscribed by RTL Group;
- Groupe M6 has acquired in 2009 own shares for its free share allocation plan and in respect of the liquidity contract.

2008

- RTL Group granted in 2008 put options to the management of a new business. As the put option mechanism is based on a variable component, the put option has been recognised as a liability with a corresponding entry through equity attributable to RTL Group shareholders. The derecognition of minority interest was treated as equity transaction (see note 1.3.1.);
- Groupe M6 continued in 2008 to buy back shares in accordance with the share buyback programme decided in 2007. Groupe M6 also acquired in 2008 own shares for its free share allocation plan. For the period ended 31 December 2009, 0.98 million shares were acquired by Groupe M6, of which 0.48 million were acquired from Bayard d'Antin SA. The related outflows amount to €18 million.

7.15.9.**Derivatives on equity instruments**

Derivative instruments relate to forward transactions by Groupe M6 on M6 shares.

8. COMMITMENTS AND CONTINGENCIES

	2009 €m	2008 €m
Guarantees and endorsements given	48	40
Contracts for purchasing rights, (co-)productions and programmes	2,188	2,186
Operating leases	595	559
Purchase obligations in respect of transmission and distribution	255	270
Other long-term contracts and commitments	308	276

The Group has investments in unlimited liability entities. In the event these entities make losses, the Group may have to participate to the entire amount of losses, even if these entities are not wholly owned.

8. 1.**Guarantees and endorsements given**

The guarantees corresponding to contingent obligations granted by the Group acting as executive producer to third parties paying cash advances are presented independently from the entire or partial recognition in the statement of financial position of the related underlying assets and liabilities. These obligations would have the effect of increasing the level of loss to be supported by the Group in the case that the productions would not be delivered.

8. 2.**Operating leases****Non-cancellable**

operating lease rentals
are as follows:

	2009				2008			
Lease payment	Under 1 year €m	1-5 years €m	Over 5 years €m	Total €m	Under 1 year €m	1-5 years €m	Over 5 years €m	Total €m
Leasing of satellite transponders	31	80	25	136	16	50	12	78
Other operating leases	82	173	204	459	77	193	211	481
	113	253	229	595	93	243	223	559

"Other operating leases" mainly relates to the rental of offices, buildings and equipment in Germany, France and the United Kingdom.

One of the leased properties has been sublet by the Group. The head lease and sublease expire in September 2011. Sublease payments of €3 million are expected to be received during the following financial year.

8. 3.**Purchase obligations in respect of transmission and distribution**

These obligations result from agreements with providers of services related to the terrestrial and cable transmission and distribution of the analogue and digital signals of the RTL Group TV channels and radio stations.

8. 4.**Other long-term contracts and commitments**

The Group has "Other long-term contracts and commitments" amounting to €308 million at 31 December 2009 (2008: €276 million).

Long-term contracts include contracts for services, agreements to purchase assets or goods and commitments to acquire licences other than audiovisual rights and television programming that are enforceable

and legally binding and that specify all significant terms. Other commitments relate to sale and lease back transactions in respect of FremantleMedia.

FremantleMedia has arrangements for a remaining period of eight years in relation to sale and lease back transactions for an amount of €72 million (2008: €78 million). Under these arrangements, FremantleMedia has sold programme rights to a special purpose vehicle and simultaneously leased back the assets under a finance lease arrangement. The cash received is placed in a "restricted bank account" at an A-rated bank in order to satisfy the lease payments and is not considered as an asset in accordance with SIC 27. Income received by FremantleMedia was recognised in the income statement when entering into these arrangements.

In the context of the Radio 538 and RTL Nederland deal, RTL Group and Talpa Media Holding agreed to an earn-out mechanism.

8. 5.**Licence agreement**

In the course of their activities, several Group companies benefit from licence frequency agreements which commit the Group in various ways depending upon the legal regulation in force in the countries concerned.

9. RELATED PARTIES

Identity of related parties

At 31 December 2009, the principal shareholder of the Group is Bertelsmann Capital Holding GmbH ("BCH") (91 per cent). The remainder of the Group's shares are publicly listed on the Brussels and Luxembourg stock exchanges. The Group also has a related party relationship with its associates, joint ventures and with its directors and executive officers.

9.1.

Transactions with shareholders

Sales and purchases of goods and services

During the year the Group made sales of goods and services, purchases of goods and services to Bertelsmann Group amounting to €10 million (2008: €21 million) and €22 million (2008: €51 million), respectively. At the year-end, the Group had trade accounts receivable and payable due from/to Bertelsmann Group amounting to €4 million (2008: €4 million) and €5 million (2008: €4 million), respectively.

Deposits Bertelsmann AG

With the view to invest its cash surplus, RTL Group SA has entered in 2006 with Bertelsmann AG into a Deposit Agreement, the main terms of which are:

- Interest rates are based on an overnight basis on EONIA plus 10 basis points; or on a one to three-month basis, EURIBOR plus 10 basis points;
- Bertelsmann AG grants to RTL Group as security for all payments due by Bertelsmann AG a pledge on:
 - All shares of its wholly owned French subsidiary Média Communication SAS;
 - All shares of its wholly owned Spanish subsidiary Media Finance Holding SL;
 - All its interests in the German limited liability partnership Gruner + Jahr AG Co. KG (73.4 per cent stake);
 - All shares of its wholly owned English subsidiary Bertelsmann UK Ltd.

The interests in Gruner + Jahr AG Co. KG and shares of Bertelsmann UK Ltd have also been granted as pledge by Bertelsmann AG to CLT-UFA SA, a subsidiary of RTL Group, in connection with the accounts receivable related to PLP and Compensation agreements as defined below.

The total amount of the deposit and the accounts receivable referred to above does not exceed 60 per cent of the fair value of the assets pledged, which is revalued on a regular basis.

At 31 December 2009, the amount deposited amounts to €89 million (2008: €24 million) on an overnight basis and €450 million (2008: €575 million) on a three-month basis. The interest income for the year amounts to €7 million (2008: €23 million).

RTL Group SA has additionally entered into a Treasury Agreement in North America with Bertelsmann Inc. Interest rates are based on US Libor plus 10 basis points. At 31 December 2009, the amount deposited amounts to €3 million (2008: €nil). The interest income for the year amounts to €nil (2008: €nil).

Tax

On 26 June 2008, the Board of Directors of RTL Group agreed to proceed with the tax pooling of its indirect subsidiary RTL Group Deutschland GmbH ("RGD") into BCH, a direct subsidiary of Bertelsmann AG.

To that effect, RGD entered into a Profit and Loss Pooling Agreement ("PLP Agreement") with BCH for a six-year period starting 1 January 2008. Simultaneously, Bertelsmann AG entered into a Compensation Agreement with CLT-UFA, a direct subsidiary of RTL Group, providing for the payment to CLT-UFA of an amount compensating the above profit transfer and an additional commission ("Commission") amounting to 50 per cent of the tax saving based on the taxable profit of RGD.

Through these agreements, as from 1 January 2008, Bertelsmann AG and the RGD sub-group of RTL Group are treated as a single entity for German income tax purposes.

As the PLP Agreement does not give any authority to BCH to instruct or control RGD, it affects neither RTL Group nor RGD's ability to manage their business, including their responsibility to optimise their tax structures as they deem fit. After six years, both PLP and Compensation Agreements are renewable on a yearly basis. RGD and CLT-UFA have the right to request the early termination of the PLP and Compensation Agreements under certain conditions.

In the absence of specific guidance in IFRS, RTL Group has elected to recognise current income taxes related to the RGD sub-group based on the amounts payable to Bertelsmann AG and BCH as a result of the PLP and Compensation agreements described above. Deferred income taxes continue to be recognised, based on the enacted tax rate, in the consolidated financial statements based on the amounts expected to be settled by the Group in the future. The Commission, being economically and contractually closely related to the Compensation, is accounted for as a reduction of the tax due under the Agreements.

At 31 December 2009, the balance payable to BCH amounts to €368 million (2008: €298 million) and the balance receivable from Bertelsmann AG amounts to €323 million (2008: €237 million).

For the year ended 31 December 2009, the German income tax in relation to the tax pooling with Bertelsmann AG amounts to €96 million (2008: €126 million). The Commission amounts to €45 million (2008: €61 million).

The UK Group relief of Five Group and FremantleMedia Group to Bertelsmann Group resulted in a tax income of €9 million (2008: €7 million).

9.1.2.

Transactions with associates and joint ventures

The following transactions were carried out with associates and joint ventures:

	2009 €m	2008 €m
Sales of goods and services to:		
Associates	48	65
Joint ventures	22	21
	70	86
Purchase of goods and services from:		
Associates	8	8
Joint ventures	10	11
	18	19

Sales and purchases to and from associates and joint ventures were carried out on commercial terms and conditions and at market prices.

Year-end balances arising from sales and purchases of goods and services are as follows:

	2009 €m	2008 €m
Accounts receivable from:		
Associates	28	19
Joint ventures	4	4
	32	23
Accounts payable to:		
Associates	1	2
Joint ventures	-	1
	1	3

9.1.3.

Transactions with key management personnel

In addition to their salaries, the Group also provides non-cash benefits to its key management personnel (members of the Executive Committee), and contributes to a post-employment defined benefit plan on its behalf.

The key management personnel compensation is as follows:

	2009 €m	2008 €m
Short-term benefits and termination benefits	4.2	4.4
Post-employment benefits	0.1	-
	4.3	4.4

The aggregate number of share options expiring in 2010 and granted to key management personnel of the Company during 2009 and 2008 was €nil. The outstanding number of share options granted to directors and executive officers of the Company at the end of the year was 11,500 (2008: 11,500).

9.1.4.

Directors' fees

In 2009, a total of €0.5 million (2008: €0.5 million) was allocated in the form of attendance fees to the non-executive members of the Board of Directors of RTL Group SA, and the committees that emanate from it, with respect to their functions within RTL Group SA as well as other Group companies.

10. INTERESTS IN JOINT VENTURES

The main joint ventures are as follows:

	Country of incorporation	Consolidation rate in %	
		2009	2008
TCM Droits Audiovisuels SNC	France	50.00	50.00
RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG	Germany	50.00	50.00

Included in the consolidated financial statements are the following items that represent the Group's interests in the assets and liabilities, income and expenses of the joint ventures:

	2009 €m	2008 €m
Non-current assets	9	11
Current assets	45	50
Non-current liabilities	(4)	(5)
Current liabilities	(30)	(31)
Net assets	20	25
	2009 €m	2008 €m
Income	87	95
Expenses	(68)	(72)

Included in the consolidated financial statements are the following items that represent the Group's interests in the commitments of the joint ventures:

	2009 €m	2008 €m
		-
Contracts for purchasing rights, (co-)productions and programmes	3	5
Operating leases	3	3
Other long-term contracts and commitments	8	7

11. EVENTS AFTER THE REPORTING PERIOD

On 1 January 2010, FremantleMedia entered into a new lease agreement for a 15-year period for its current premises in London representing a commitment of GBP 100 million (€ 112 million) and an actual value of GBP 33 million (€ 37 million) applying a discount rate of 5.4 per cent.

On 1 February 2010, M6 announced in accordance with the timing of the agreement concluded on 4 January 2007, the exercise of the put option to dispose of its stake of 5.1 per cent in Canal Plus France to Vivendi. This led to the payment of the minimum guaranteed amount of €384 million by Vivendi on 22 February 2010.

12. GROUP UNDERTAKINGS

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
LUXEMBOURG*						
RTL Group SA			M			M

BROADCASTING TV

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
AUSTRIA*						
IPA Plus (Österreich) Verm. für Fernsehwerbung GmbH		49.8	F		49.8	F
BELGIUM*						
Home Shopping Service Belgique SA	(2)	57.2	F	(2)	48.5	F
RTL Belgium SA (former TVI SA)		65.8	F		65.8	F
Société Européenne de Télévente Belgique GIE	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Unité 15 Belgique SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
CROATIA*						
RTL Hrvatska d.o.o. (former RTL Croatia d.o.o.)		73.8	F		73.8	F
CYPRUS*						
Alpha Media Group Limited	(24)	69.7	F	(24)	66.4	F
FRANCE*						
33 FM SAS	(2)	46.1	F	(2)	41.2	F
A ton service SAS (former M6 operation)	(2)	–	NC	(2)	16.5	E
C. Productions SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Citato Sàrl	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Club Téléachat SNC	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
DIEM 2 SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Echo6 SAS	(2)	24.3	P	(2)	24.3	P
Edit TV/ W9 SNC	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Femmes en ville SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Football Club des Girondins de Bordeaux SASP	(2)	48.4	F	(2)	48.4	F
FUN TV SNC	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Girondins Expressions SASU	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Girondins Horizons SASU	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Groupement JV Sàrl	(21)	–	NC	(2)	23.8	E
Home Shopping Service SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Hugo Films SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Immobilière 46D SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Immobilière M6 SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
La boîte à News Sàrl	(2)	24.3	F	(2)	24.3	F
Live Stage SAS	(2)	48.0	F	(2)	48.0	F
M6 Bordeaux SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Communication SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Créations SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Développement SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Diffusions SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Divertissement SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Editions SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Evénements SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Films SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Foot SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Interactions SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F

BROADCASTING TV

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
M6 Numérique SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Publicité SASU	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Récréative SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Studio SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Thématique SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Toulouse SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
M6 Web SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Mandarin Films SAS	(20)	-	NC	(2)	48.5	F
Mandarin SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Métropole Production SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Métropole Télévision SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Mistergooddeal SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Pages Jaunes Petites Annonces SA	(21)	-	NC	(2)	16.5	E
Paris Première SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Retail concept SAS (former M6 création)	(20)	-	NC	(2)	48.5	F
SCI du 107	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
SEDI TV SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Série Club SA	(2)	24.3	P	(2)	24.3	P
Société Nouvelle de Cinématographie SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Société Nouvelle de Distribution SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Studio 89 Productions SAS	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
TCM Droits Audiovisuels SNC	(2)	24.3	P	(2)	24.3	P
Télévente Promotion SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
TF6 Gestion SA	(2)	24.3	P	(2)	24.3	P
TF6 SCS	(2)	24.3	P	(2)	24.3	P
Tyredating SAS	(2)	15.9	E	(2)	15.8	E
Unité 15 France SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F

BROADCASTING TV

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
GERMANY*						
CBC Cologne Broadcasting Center GmbH		99.7	F		99.7	F
Clipfish GmbH & Co. KG		99.7	F		99.7	F
El Cartel Media GmbH & Co. KG		35.8	E		35.8	E
Gute Zeiten - Schlechte Zeiten Vermarktungsgesellschaft mbH		99.7	F		99.7	F
I21 Musikproduktions- und Musikverlagsgesellschaft mbH		99.7	F		99.7	F
Infonetwork GmbH		99.7	F		99.7	F
IP Deutschland GmbH		99.7	F		99.7	F
Mediascore Gesellschaft für Medien und Kommunikationsforschung mbH		75.0	F		75.0	F
Norddeich TV Produktionsgesellschaft mbH		74.8	F		74.8	F
N-TV Nachrichtenfernsehen GmbH		99.7	F		99.7	F
N-TV Services GmbH	(20)		NC		99.7	F
Passion GmbH		99.7	F		99.7	F
RTL Creation GmbH		99.7	F		99.7	F
RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG		49.8	P		49.8	P
RTL Games GmbH (former Alpha Online GmbH)	(20)	-	NC		99.7	F
RTL Group CLT Cable and Satellite GmbH (former CLT Vermögensverwaltungs GmbH)		99.7	F		99.7	F
RTL Group Deutschland Markenverwaltungs GmbH		99.7	F		99.7	F
RTL Hessen GmbH		99.7	F		99.7	F
RTL Hessen Programmfenster GmbH (former RTL Hessen GmbH)		59.8	F		59.8	F
RTL Interactive GmbH	(20)	-	NC		99.7	F
RTL Interactive GmbH (former RTL Enterprises GmbH)		99.7	F		99.7	F
RTL Nord GmbH		99.7	F		99.7	F
RTL Television GmbH		99.7	F		99.7	F
RTL 2 Fernsehen Geschäftsführung GmbH		35.8	E		35.8	E
RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG		35.8	E		35.8	E
S4M Solutions For Media GmbH		19.8	E		19.8	E
Tele West Rheinisch-Westfälische Fernsehgeseellschaft mbH & Co. KG		99.7	F		99.7	F
Traumpartner TV GmbH	(20)	-	NC		99.7	F
Universum Film GmbH		99.7	F		99.7	F
VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber und Leistungsschutzrechte mbH		49.8	E		49.8	E
Vox Holding GmbH		99.7	F		99.7	F
Vox Television GmbH (former Vox Film & Fernseh GmbH & Co. KG)		99.4	F		99.4	F
Wer-Kennt-Wen de GmbH		99.7	F		-	NC
WKW Ltd	(20)	-	NC		-	F

BROADCASTING TV

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
--	------	-----------------------------------	------------------------------------	------	-----------------------------------	------------------------------------

GREECE*

Alpha Doryforiki Tileorasi SA	(24)	69.7	F	(24)	66.4	F
Kosmoradiotileoptiki SA	(21)	-	NC	(24)	66.4	F

HUNGARY*

Home Shopping Service Hongrie SA	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
Klub Publishing Kiado Kft	(6)	48.8**	F	(6)	48.8	E
Magyar RTL Televízió Zártkörűen Működő Részvénytársaság	(6)	48.8**	F	(6)	48.8	E
NetPiac Szamitastechnikai és Kereskedelmi Kft	(6)	48.8**	F	(6)	48.8	E
R-Time Kft	(6)	48.8**	F	(6)	48.8	E

** RTL Group has acquired an 18 per cent non-voting stake, thereby increasing its economic interest to 67 per cent (full consolidation from 1 April 2009). The 49 per cent voting rights remain unchanged.

LUXEMBOURG*

Broadcasting Center Europe SA		99.7	F		99.7	F
Content Union SA	(23)	49.8	E	(23)	49.8	E
Filmflux SA	(20)	-	NC	(20)	99.7	F
RTL 9 SA		34.9	E		34.9	E
RTL 9 SA & Cie SECS		34.8	E		34.8	E

NETHERLANDS*

RTL Nederland Broadcast Operation BV (former Broadcasting Center Nederland BV)		73.4	F		73.4	F
RTL Nederland BV		73.4	F		73.4	F
RTL Nederland Holding BV		73.4	F		73.4	F
RTL Nederland Interactief BV (former RTL iMedia Holding BV)		73.4	F		73.4	F

RUSSIAN FEDERATION*

LLC 21 TV	(22)	30.0	E	(22)	30.0	E
OOO Aksept	(22)	29.9	E	(22)	29.9	E
OOO Astrahanskaya Teleradioveschatelnaya Kompanya	(22)	27.0	E	(22)	27.0	E
OOO Content Plus	(23)	49.8	E	(23)	49.8	E
OOO Content Union Cinema	(23)	49.8	E	(23)	49.8	E
OOO Content Union Distribution	(23)	49.8	E	(23)	49.8	E
OOO Content Union Entertainment	(23)	49.8	E	(23)	49.8	E
OOO Content Union Junior	(23)	49.8	E	(23)	49.8	E
OOO Content Union Production	(20)	-	NC	(23)	49.8	E
OOO Content Union Zoo	(23)	49.8	E	(23)	49.8	E
OOO Efir	(22)	30.0	E	(22)	30.0	E
OOO Ekspert Telemarket	(22)	30.0	E	(22)	30.0	E
OOO Media Holding Ren TV	(22)	29.9	E	(22)	29.9	E
OOO Nezavisimoe TV Balakovo	(22)	15.0	E	(22)	15.0	E
OOO NPP Spectre	(22)	15.3	E	(22)	15.3	E
OOO NT Angarsk	(22)	15.3	E	(22)	15.3	E
OOO Ren TV Bryansk	(22)	17.6	E	(22)	17.6	E
OOO RTL Russland		99.7	F		99.7	F
OOO Servincom Plus	(23)	49.8	E	(23)	49.8	E

BROADCASTING TV

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
--	------	-----------------------------------	------------------------------------	------	-----------------------------------	------------------------------------

OOO Teleradiokompanya Sintez TV	(22)	30.0	E	(22)	30.0	E
OOO Uralskoe Radio	(22)	30.0	E	(22)	30.0	E
OOO Zelenity Lug – KMV	(22)	30.0	E	(22)	30.0	E
TVV Telekom	(22)	30.0	E	(22)	30.0	E
ZAO ACB Prestige Television Kompanya	(22)	29.9	E	(22)	29.9	E
ZAO Nezavisimoe Saratovskoe Televidinie	(22)	30.0	E	(22)	30.0	E
ZAO Ren TV Television Kompanya	(22)	30.0	E	(22)	30.0	E
ZAO Telecom-Azov	(22)	22.5	E	(22)	22.5	E
ZAO Telecompanya August	(22)	30.0	E	(22)	30.0	E
ZAO Telestantsiay Seti NN	(22)	14.7	E	(22)	14.7	E
ZAO TRK Efir	(22)	30.0	E	(22)	30.0	E
ZAO TRK Moloday Kultura Sibiri Plus	(22)	30.0	E	(22)	30.0	E

SPAIN*

Antena 3 Canarias SLU (former Uniprex Television Digital Terrestre Canarias SLU)	(7)	15.9	E	(7)	15.7	E
Antena 3 de Television SA	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Antena 3 Directo SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Antena 3 Eventos SLU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Antena 3 Films SLU (former Ensueno Films SL)	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Antena 3 Multimedia SLU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Antena 3 TDT De Canarias SA	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Antena 3 Tematica SAU	(21)	-	NC	(7)	21.2	E
Antena 3 TV de Colombia SA	(7)	11.8	E	(7)	11.6	E
Antena de Radiodifusion SAU (former Cadena de Voz de Radio Difusion SA)	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Atres Advertising SLU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Canal 3 Televisión SA	(7)	5.2	E	(7)	5.1	E
Canal Media Radio Galicia SLU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Canal Media Radio SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Canal Radio Baleares SL	(7)	21.5	E	(7)	-	NC
Canal Radio Castilla y Leon SLU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Canal Radio Madrid SL	(7)	21.5	E	(7)	-	NC
Canal Radio Valencia SLU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Compania Tres Mil Ochocientas SLU	(20)	-	NC	(7)	21.2	E
Corporacion Radiofonica Castilla Leon SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Corporacion Radiofonica Region de Murcia SA	(21)	-	NC	(7)	10.6	E
Ensueno Films SLU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Estaciones Radiofonicas de Aragon SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E

BROADCASTING TV

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
Grupo Universal Emisoras de Radio Amanecer SAU	(20)	-	NC	(7)	21.2	E
Guadiana Producciones SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
I3 Television SL	(7)	10.8	E	(7)	10.6	E
Ipar Onda SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
La Veu de Lleida SLU	(20)	-	NC	(7)	21.2	E
Medipress Valencia SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Movierecord Cine SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Musica Aparte SAU (former Antena 3 Editorial SA)	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Onda Cero SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Ondadit SLU	(20)	-	NC	(7)	21.2	E
Organizaciones Deportivas Y Culturales De Unipublic SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Publicidad 3 SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Radio Alamedilla SAU	(20)	-	NC	(7)	21.2	E
Radio Mega Aragon SL	(7)	21.5	E	-	-	NC
Radio Noticias Noventa SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Radio Sistemas Radiofonicos Cinco SLU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Radio Tormes SAU	(20)	-	NC	(7)	21.2	E
RKOR RADIO SLU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
RTL Group Communications SLU	(20)	-	NC	-	99.7	F
Union Iberica de Radio SAU	(20)	-	NC	(7)	21.2	E
Uniprex SAU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Uniprex Television Digital Catalana SLU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Uniprex Television Digital Terrestre Andalusia SL	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Uniprex Television Digital Terrestre Canarias SLU	(7)	15.9	E	(7)	15.7	E
Uniprex Television SLU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Uniprex Valencia TV SLU	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
Unipublic SA	(7)	21.5	E	(7)	21.2	E
VNews Agencia de Noticias SL	(7)	10.8	E	(7)	10.6	E
VSAT Compania de Producciones SL	(21)	-	NC	(7)	9.5	E

SWITZERLAND*

IP Multimedia (Schweiz) AG		22.9	E		22.9	E
----------------------------	--	------	---	--	------	---

UK*

5 Direct Ltd	(3)	99.7	F	(3)	99.7	F
Channel 5 Broadcasting Ltd	(3)	99.7	F	(3)	99.7	F
Channel 5 Engineering Services Ltd	(3)	99.7	F	(3)	99.7	F
Channel 5 Interactive Ltd	(3)	99.7	F	(3)	99.7	F
Channel 5 Music Ltd	(3)	99.7	F	(3)	99.7	F
Channel 5 Television Group Ltd	(3)	99.7	F	(3)	99.7	F
Channel 5 Text Ltd	(3)	99.7	F	(3)	99.7	F
Lemonline Media Ltd	(20)	-	NC	-	99.7	F
Top Up TV 1 Ltd	(3)	99.7	F	(3)	99.7	F

USA*

SND USA Inc	(2)	48.5	F	(2)	48.5	F
-------------	-----	------	---	-----	------	---

CONTENT

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
--	------	-----------------------------------	------------------------------------	------	-----------------------------------	------------------------------------

ANTIGUA*

Grundy International Operations Ltd		100.0	F		100.0	F
-------------------------------------	--	-------	---	--	-------	---

AUSTRALIA*

Christie Films Pty Ltd		49.0	P (11)		49.0	P
Forum 5 Pty Limited		100.0	F		100.0	F
Fremantle (AUS) Productions Pty Ltd	(9)	100.0	F (9)		100.0	F
FremantleMedia Australia Holdings Pty Ltd	(15)	100.0	F (15)		100.0	F
FremantleMedia Australia Pty Ltd (former Grundy Television Pty Ltd)	(15)	100.0	F (15)		100.0	F
Grundy Organization Pty Ltd	(15)	100.0	F (15)		100.0	F

BELGIUM*

Belga Films SA		65.8	F		65.8	F
Fremantle Productions Belgium NV		100.0	F		100.0	F

BRAZIL*

FremantleMedia Brazil Produção de Televisão Ltda		100.0	F		100.0	F
---	--	-------	---	--	-------	---

CANADA*

Ludia LLC		30.0	E		-	NC
-----------	--	------	---	--	---	----

CROATIA*

Fremantle Produkcija d.o.o.		100.0	F		100.0	F
-----------------------------	--	-------	---	--	-------	---

CYPRUS*

Bluescreen Ltd		99.7	F		99.7	F
----------------	--	------	---	--	------	---

DENMARK*

Blu A/S		75.0	F		75.0	F
---------	--	------	---	--	------	---

FINLAND*

Fremantle Finland Oy		100.0	F		100.0	F
----------------------	--	-------	---	--	-------	---

CONTENT

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
FRANCE*						
20h50 Television SAS		100.0	F		100.0	F
Be Happy Productions SAS		100.0	F		100.0	F
Fremantle France SAS		100.0	F		100.0	F
FremantleMedia Drama Productions SAS		100.0	F		100.0	F
TV Presse Productions SAS		100.0	F		100.0	F
GERMANY*						
Deutsche Synchron Filmgesellschaft mbH & Co. Karlheinz Brunnemann Produktions KG	(8)	50.8	F	(8)	50.8	F
Fremantle Licensing Germany GmbH (former Geo Film GmbH)		99.7	F		99.7	F
Grundy Light Entertainment GmbH (former HDTV-Entert. Dressler GmbH)		100.0	F		100.0	F
Grundy Light Entertainment/ White Balance GmbH GBR		50.8	F		50.8	F
Grundy UFA TV Produktions GmbH	(4)	99.7	F	(4)	99.7	F
Objektiv Film GmbH	(5)	99.7	F	(5)	99.7	F
Phöbus Film GmbH & Co. Produktions KG	(8)	50.8	F	(8)	50.8	F
Phoenix Film Karlheinz Brunnemann GmbH & Co. Produktions KG	(8)	50.8	F	(8)	50.8	F
Phoenix Geschäftsführungs GmbH	(8)	50.8	F	(8)	50.8	F
RTL Group Services GmbH (former CLT-UFA Multi Media GmbH)		99.7	F		99.7	F
Teamworx Television & Film GmbH		99.7	F		99.7	F
Trebitsch Produktion Holding GmbH	(5)	99.7	F	(5)	99.7	F
Trebitsch Produktion Holding GmbH & Co.KG	(5)	99.7	F	(5)	99.7	F
UFA – Fernsehproduktion GmbH	(4)	99.7	F	(4)	99.7	F
UFA – Filmproduktion GmbH	(4)	99.7	F	(4)	99.7	F
UFA Cinema GmbH		99.7	F		99.7	F
UFA Entertainment GmbH	(4)	99.7	F	(4)	99.7	F
UFA Film- und Medienproduktion GmbH		100.0	F	(17)	100.0	F
UFA Film & TV Produktion GmbH	(4)	99.7	F	(4)	99.7	F
UFA Film Finance GmbH	(4)	99.7	F	(4)	99.7	F
UFA International Film & TV Produktions GmbH	(4)	99.7	F	(4)	99.7	F
UFA Sports GmbH		99.7	F		99.7	F

CONTENT

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
GREECE*						
Fremantle Productions SA		100.0	F		100.0	F
Plus Productions SA	(24)	69.7	F	(24)	66.4	F
HONG KONG*						
Fremantle Productions Asia Ltd		100.0	F		100.0	F
HUNGARY*						
Grundy Magyarország TV Musorg Kft		100.0	F		100.0	F
Magyar Grundy UFA KFT		99.7	F		99.7	F
INDIA*						
Fremantle India TV Productions Pvt Ltd		100.0	F		100.0	F
INDONESIA*						
PT Dunia Visitama		100.0	F		100.0	F
ITALY*						
Grundy Productions Italy Spa		100.0	F		100.0	F
JAPAN*						
FremantleMedia Japan KK		100.0	F		100.0	F
LUXEMBOURG*						
FremantleMedia SA (former RTL UK Holdings SA)		100.0	F		100.0	F
Hei Elei Film Productions SA (former IFP SA)		99.7	F		99.7	F
MEXICO*						
Grundy Productions SA de CV		100.0	F		100.0	F
NETHERLANDS*						
Blue Circle BV (former RTL 4 Productions BV)		100.0	F		100.0	F
FremantleMedia (Netherlands) BV	(14)	100.0	F	(14)	100.0	F
FremantleMedia Operations BV	(14)	100.0	F	(14)	100.0	F
FremantleMedia Overseas Holdings BV		100.0	F		100.0	F
Grundy Endemol Productions VOF		50.0	P	(10)	50.0	P
Grundy International Holdings (I) BV		100.0	F		100.0	F
RTL Nederland Producties BV		73.4	F		73.4	F

CONTENT

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2007	CONSOLI- DATED METHOD (1)
POLAND*						
FremantleMedia Polska Sp. Zo.o.		100.0	F		100.0	F
PORTUGAL*						
FremantleMedia Portugal SA (former Fremantle Producoes TV SA)		100.0	F		100.0	F
RUSSIA*						
Fremantle Productions LLC		100.0	F		100.0	F
SINGAPORE*						
Fremantle Productions Asia Pte Ltd		100.0	F		100.0	F
SLOVAKIA*						
UFA Slovakia s.r.o		65.8	F		-	NC
SPAIN*						
Fremantle de Espana SL	(9)	95.0	F	(9)	95.0	F
Grundy Producciones SA		100.0	F		100.0	F
SWEDEN*						
FremantleMedia Sverige AB		75.0	F		75.0	F
SWITZERLAND*						
Grundy Schweiz AG		65.0	F		65.0	F
TURKEY*						
FremantleMedia TV Film Yapim		100.0	F		100.0	F
UK*						
Alomo Productions Ltd	(20)	-	NC	(16)	100.0	F
Arbie Production Ltd		50.0	P		50.0	P
Clement/La Fresnais Productions Ltd	(20)	-	NC	(16)	100.0	F
Eurowide Television Ltd (former Channel Three Ltd)	(20)	-	NC	(16)	100.0	F
Fremantle (UK) Productions Ltd		100.0	F		100.0	F
Fremantle Licensing Ltd	(20)	-	NC	(16)	100.0	F
FremantleMedia Ltd		100.0	F		100.0	F
FremantleMedia Group Ltd		100.0	F	(12)	100.0	F
FremantleMedia Overseas Ltd		100.0	F		100.0	F
FremantleMedia Services Ltd (former Little Pond Television Ltd)		100.0	F		100.0	F
RTL Group Systems Ltd		100.0	F		100.0	F
Select TV Ltd		100.0	F	(16)	100.0	F
Somerford Brooke Productions Ltd (former Little Pond Television Ltd)	(20)	-	NC	(16)	100.0	F
Talkback (UK) Productions Ltd		100.0	F		100.0	F
Talkback Productions Ltd	(18)	100.0	F	(18)	100.0	F
Talkback Thames Ltd (former Not Any Old Radio Commercials Ltd)	(18)	100.0	F	(18)	100.0	F
Thames Television Holdings Ltd		100.0	F		100.0	F
Thames Television Ltd		100.0	F	(19)	100.0	F
Witzend Productions Ltd	(20)	-	NC	(16)	100.0	F

CONTENT

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
USA*						
All American Music Group	(13)	100.0	F	(13)	100.0	F
Allied Communications Inc		100.0	F		100.0	F
American Idols Productions Inc	(13)	-	NC	(13)	100.0	F
Amygdala LLC	(25)	100.0	F		-	NC
Blue Orbit Productions	(13)	-	NC	(13)	100.0	F
Feudin' Productions Inc	(13)	-	NC	(13)	100.0	F
Fremantle Goodson Inc	(13)	100.0	F	(13)	100.0	F
Fremantle International Inc	(20)	-	NC	(13)	100.0	F
Fremantle Productions Inc	(13)	100.0	F	(13)	100.0	F
Fremantle Productions Latin America Inc		100.0	F		100.0	F
Fremantle Productions Music Inc	(13)	100.0	F	(13)	100.0	F
Fremantle Productions North America Inc	(13)	100.0	F	(13)	100.0	F
FremantleMedia Licensing Inc	(9)	100.0	F	(9)	100.0	F
FremantleMedia North America Inc (former Pearson Television Inc)	(13)	100.0	F	(13)	100.0	F
Good Games Live Inc	(13)	100.0	F	(13)	100.0	F
Kickoff Productions Inc	(20)	-	NC	(13)	100.0	F
Krasnow Productions Inc	(20)	-	NC	(13)	100.0	F
LBS Communications Inc	(13)	100.0	F	(13)	100.0	F
Little Pond Television Inc	(20)	-	NC	(13)	100.0	F
Marathon Productions Inc	(20)	-	NC	(13)	100.0	F
Mark Goodson Productions LLC	(20)	-	NC	(13)	100.0	F
Max Post LLC	(25)	100.0	F		-	NC
MG Productions Inc	(20)	-	NC	(13)	100.0	F
Music Box Library	(13)	100.0	F	(13)	100.0	F
Neville LLC	(25)	100.0	F		-	NC
O'Merch LLC	(25)	100.0	F		-	NC
Op Services LLC	(25)	100.0	F		-	NC
Original Fremantle LLC	(25)	100.0	F		-	NC
Original Prod'ions LLC	(25)	100.0	F		-	NC
OTL Productions Inc	(20)	-	NC	(13)	100.0	F
Reg Grundy Productions Holdings Inc	(13)	100.0	F	(13)	100.0	F
Studio Production Services Inc	(13)	100.0	F	(13)	100.0	F
Terrapin Productions Inc	(20)	-	NC	(13)	100.0	F
The Baywatch Productions Company	(13)	100.0	F	(13)	100.0	F
The Price is Right Productions Inc	(20)	-	NC	(13)	100.0	F
Thumbdance LLC		100.0	F		100.0	F
Tick Tock Productions Inc	(20)	-	NC	(13)	100.0	F

BROADCASTING RADIO

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
BELGIUM*						
Cobelfra SA		44.1	F		44.1	F
Contact Vlaanderen NV		42.1	P		42.1	P
Inadi SA		44.1	F		44.1	F
IP Plurimédia SA		65.8	F		65.8	F
Joker FM SA		44.1	F		44.1	F
New Contact SA (former Contact SA)		49.8	P		49.8	P
Radio Belgium Holding SA		44.1	F		44.1	F

FRANCE*

Ediradio SA		99.7	F		99.7	F
ID (Information et Diffusion) Sàrl		99.7	F		99.7	F
IP France SA		99.7	F		99.7	F
IP Régions SA		99.7	F		99.7	F
RTL Fun Développement Sàrl		99.7	F		99.7	F
RTL Net SAS		99.7	F		99.7	F
SCP Sàrl		99.7	F		99.7	F
SERC SA		99.7	F		99.7	F
Sodera SA		99.7	F		99.7	F
Wip Onl SAS	(21)	-	NC		99.7	F

GERMANY*

AH Antenne Hörfunksender GmbH & Co. KG		57.0	F		57.0	F
Antenne Mecklenburg-Vorpommern GmbH & Co. KG	(21)	-	NC		25.4	E
Antenne Niedersachsen Gesch. GmbH & Co. KG		35.9	E		35.9	E
AVE Gesellsch. für Hörfunkbeteiligungen GmbH		99.7	F		99.7	F
AVE I Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG		49.7	E		49.7	E
AVE II Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG		99.7	F		99.7	F
AVE V Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH		99.7	F		99.7	F
AVE VI Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG		49.7	E		49.7	E
BCS Broadcast Sachsen GmbH & Co. KG		40.4	E		38.1	E
Hit Radio RTL Sachsen GmbH		73.5	F		69.2	F
MPD Medien-, Produktions- und Distributionsgesellschaft mbH & Co. KG		57.0	F		57.0	F
MV Beteiligungs GmbH & Co. KG	(21)	-	NC		25.4	E
MV Marketing GmbH	(21)	-	NC		25.4	E
Neue Spreeradio Hörfunkgesellschaft mbH		99.7	F		99.7	F
Radio Center Berlin GmbH		99.7	F		99.7	F
Radio Hamburg GmbH & Co. KG		29.1	E		29.1	E
RTL Radio Berlin GmbH		99.7	F		99.7	F
RTL Radio Deutschland GmbH		99.7	F		99.7	F
RTL Radiovermarktung GmbH & Co. KG		99.7	F		99.7	F
Rundfunk Beteiligungs- und Betriebsgesellschaft Blauen mbH		42.0	E		42.0	E
UFA Radio-Programmgesellschaft in Bayern mbH		99.7	F		99.7	F

BROADCASTING RADIO

	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	NOTE	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
GREECE*						
Alpha Radiofoniki Kronos SA	(21)	-	NC	(24)	66.4	F
Alpha Radiofoniki SA	(21)	-	NC	(24)	66.3	F
NETHERLANDS*						
Radio 538 BV		73.4	F		73.4	F

OTHERS

	GROUP'S OWNER- SHIP 2009	CONSOLI- DATED METHOD (1)	GROUP'S OWNER- SHIP 2008	CONSOLI- DATED METHOD (1)
AUSTRIA*				
RTL Group Austria GmbH	99.7	F	–	NC
BELGIUM*				
Audiomedia Investments Bruxelles SA	100.0	F	100.0	F
FRANCE*				
IP Network SA	99.7	F	99.7	F
Société Immobilière Bayard d'Antin SA	99.7	F	99.7	F
GERMANY*				
RTL Group Central & Eastern Europe GmbH	99.7	F	99.7	F
RTL Group Deutschland GmbH	99.7	F	99.7	F
RTL Group GmbH	99.7	F	99.7	F
RTL Group Vermögensverwaltungs GmbH (former Darpar 128 GmbH)	100.0	F	100.0	F
UFA Film & Fernseh GmbH	99.7	F (4)	99.7	F
JERSEY*				
CLT-UFA Holdings Ltd	99.7	F	99.7	F
LUXEMBOURG*				
B. & C.E. SA	99.7	F	99.7	F
CLT-UFA SA	99.7	F	99.7	F
IP Luxembourg Sàrl	99.7	F	99.7	F
IP Network International SA	99.7	F	99.7	F
Media properties Sàrl	99.7	F	99.7	F
RTL Group Central & Eastern Europe SA	99.7	F	99.7	F
RTL Group Germany SA	99.7	F	99.7	F
NETHERLANDS*				
RTL Group Beheer BV	100.0	F	100.0	F
UK*				
CLT-UFA UK Radio Ltd	99.7	F	99.7	F
CLT-UFA UK Television Ltd	99.7	F	99.7	F

* Country of incorporation

- (1) M: parent company
F: full consolidation
P: proportionate consolidation
E: equity accounting
NC: not consolidated
- (2) Groupe M6 ("de facto" control)
(3) Five Group
(4) UFA Berlin Group
(5) Trebitsch Group
(6) M-RTL Group ("de facto" control)
(7) Antena 3 De Television Group
(8) Phoenix Group
(9) Fremantle Licensing Group
(10) Fremantle Productions Group
(11) FremantleMedia Australia Group
(12) FremantleMedia Central Group
(13) FremantleMedia North America Group
(14) FremantleMedia Productions Netherlands Group
(15) Grundy Organisation (Holdings) Group
(16) Select TV Group
(17) UFA & Film Medienproduktion Group
(18) Talkback Productions Group
(19) Thames Television Group
(20) Company absorbed by a company of the Group
(21) Company sold or liquidated
(22) Ren TV Group
(23) Content Union Group
(24) Alpha Media Group
(25) Original Productions

AUDITORS' REPORT

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

400, route d'Esch
B.P. 1443
L-1014 Luxembourg

KPMG

14, allée Schaeffer
L-2520 Luxembourg

TO THE SHAREHOLDERS OF RTL GROUP SA

REPORT OF THE RÉVISEURS D'ENTREPRISES ON THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

We have audited the accompanying consolidated financial statements of RTL Group SA and its subsidiaries (the "Group"), which comprise the consolidated statement of financial position at 31 December 2009 and the consolidated statements of income, comprehensive income, changes in equity and cash flows for the year then ended, and a summary of significant accounting policies and other explanatory notes as set out on pages 105 to 167.

BOARD OF DIRECTORS' RESPONSIBILITY FOR THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

The Board of Directors is responsible for the preparation and fair presentation of these consolidated financial statements in accordance with International Financial Reporting Standards as adopted by the European Union. This responsibility includes: designing, implementing and maintaining internal control relevant to the preparation and fair presentation of consolidated financial statements that are free from material misstatement, whether due to fraud or error; selecting and applying appropriate accounting policies; and making accounting estimates that are reasonable in the circumstances.

RESPONSIBILITY OF THE RÉVISEURS D'ENTREPRISES

Our responsibility is to express an opinion on these consolidated financial statements based on our audit. We conducted our audit in accordance with International Standards on Auditing as adopted by the Institut des Réviseurs d'Entreprises. Those standards require that we comply with ethical requirements and plan and perform the audit to obtain reasonable assurance whether the consolidated financial statements are free from material misstatement.

An audit involves performing procedures to obtain audit evidence about the amounts and disclosures in the consolidated financial statements. The procedures selected depend on the judgement of the Réviseurs d'Entreprises, including the assessment of the risks of material misstatement of the consolidated financial statements, whether due to fraud or error. In making those risk assessments, the Réviseurs d'Entreprises consider internal control relevant to the entity's preparation and fair presentation of the consolidated financial statements in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the entity's internal control. An audit also includes evaluating the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates made by the Board of Directors, as well as evaluating the overall presentation of the consolidated financial statements.

We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our audit opinion.

OPINION

In our opinion, the consolidated financial statements set out on pages 105 to 167 give a true and fair view of the consolidated financial position of the Group as of 31 December 2009, and of its consolidated financial performance and its consolidated cash flows for the year then ended in accordance with International Financial Reporting Standards as adopted by the European Union.

REPORT ON OTHER LEGAL AND REGULATORY REQUIREMENTS

The consolidated Directors' report, which is the responsibility of the Board of Directors, is consistent with the consolidated financial statements.

Luxembourg, 10 March 2010



PricewaterhouseCoopers S.à r.l.
Réviseur d'Entreprises
Marc Minet



KPMG Audit S.à r.l.
Réviseurs d'Entreprises
Philippe Meyer

RTL GROUP

Société anonyme
45, boulevard Pierre Frieden
L-1543 Luxembourg

RCS Luxembourg B 10.807

Date de constitution : 30 décembre 1972,
(Mémorial C numéro 52 du 27 mars 1973)

Capital social : 191,900,551.00 euros (libération à 100%)

Nombre d'actions : 154,787,554

Administrateurs – terme du mandat :

1. Siegfried LUTHER, Président, ayant son adresse Karl Miele Stasse 214, D – 33311 Gütersloh – terme du mandat : à l'issue de l'Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice 2010.
2. Günther GRÜGER, ayant son adresse professionnelle 270 Carl Bertelsmann Strasse D – 33311 Gütersloh – terme du mandat : à l'issue de l'Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice 2010.
3. Hartmut OSTROWSKI, ayant son adresse professionnelle 270 Carl Bertelsmann Strasse D – 33311 Gütersloh – terme du mandat : à l'issue de l'Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice 2010.
4. Thomas RABE, ayant son adresse professionnelle 270 Carl Bertelsmann Strasse D – 33311 Gütersloh – terme du mandat : à l'issue de l'Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice 2010.
5. Onno RUDING, ayant son adresse à 545 Avenue Louise, Square du Bois B – 1050 Bruxelles – terme du mandat : à l'issue de l'Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice 2010.
6. Jacques SANTER, ayant son adresse au 69, rue Huberty L – 1743 Luxembourg – terme du mandat : à l'issue de l'Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice 2010.
7. Martin TAYLOR , ayant son adresse professionnelle WRO. 1001.1.23 Schwarzwaldallee, 215 CH – 4058 Basel – terme du mandat : à l'issue de l'Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice 2010.
8. Gerhard ZEILER, Administrateur-délégué ayant son adresse professionnelle 45, boulevard Pierre Frieden L – 1543 Luxembourg – terme du mandat : à l'issue de l'Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice 2010.

Commissaire aux comptes :

1. Réviseur d'entreprises :
PricewaterhouseCoopers S.à.r.l., Réviseur d'entreprises, ayant son siège social à L-1014 Luxembourg, 400 route d'Esch – terme du mandat : à l'issue de l'Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice 2010.
2. Réviseur d'entreprises aux comptes consolidés :
Mandat conjoint de la société PricewaterhouseCoopers S.à.r.l. préqualifiée et de la société KPMG Audit S.à.r.l., ayant son siège social à L- 2520 Luxembourg, 9 allée Scheffer – terme du mandat : à l'issue de l'Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice 2010.

Assemblée générale ordinaire du 21 avril 2010– affectation du résultat :

L'affectation du résultat de l'exercice se présente comme suit :

Bénéfice reporté au 31.12.2009	EUR	524.740.600,-
Prime d'émission	EUR	5.782.185.577,-
Perte de l'exercice 2009	EUR -	42.642.454,-
Dividende	EUR -	541.756.439,-
Actions propres – dividende non attribué (1)	EUR	606.550,-
Total bénéfice reporté		
(après affectation du résultat)	EUR	0,-
Total de la prime d'émission	EUR	5.723.133.834,-
(après affectation du résultat)		

(1) sur base d'un nombre inchangé d'actions propres détenues le jour de la distribution, soit 173.300 titres

Le dividende brut attribué au titre de l'exercice 2009 aux titulaires d'actions se trouve ainsi fixé à 3,50 EUR par action, le dividende net s'élevant en principe, en l'état actuel de la législation fiscale, à 2,975 EUR par action.

Luxembourg, le 28 mai 2010



Un mandataire